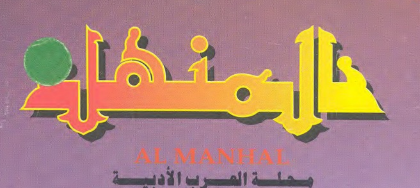


AL MANHAL

مجلة العرب الأدبية

العدد (٥٧٧) المجلد (٦٣) العام [٦٧] شوال / ذو القعدة ١٤٢٢ هـ - ديسمبر ٢٠٠١م / يناير ٢٠٠٢ م

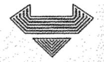
الإصدار السنوي الخاص

الإعلام.. الواقع والمستقبل

نعاهدكم



على الــولاء



الى مقام خادم الحرمين الشريفين

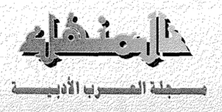
الملك فهد بن عبدالعزيز آل سعود

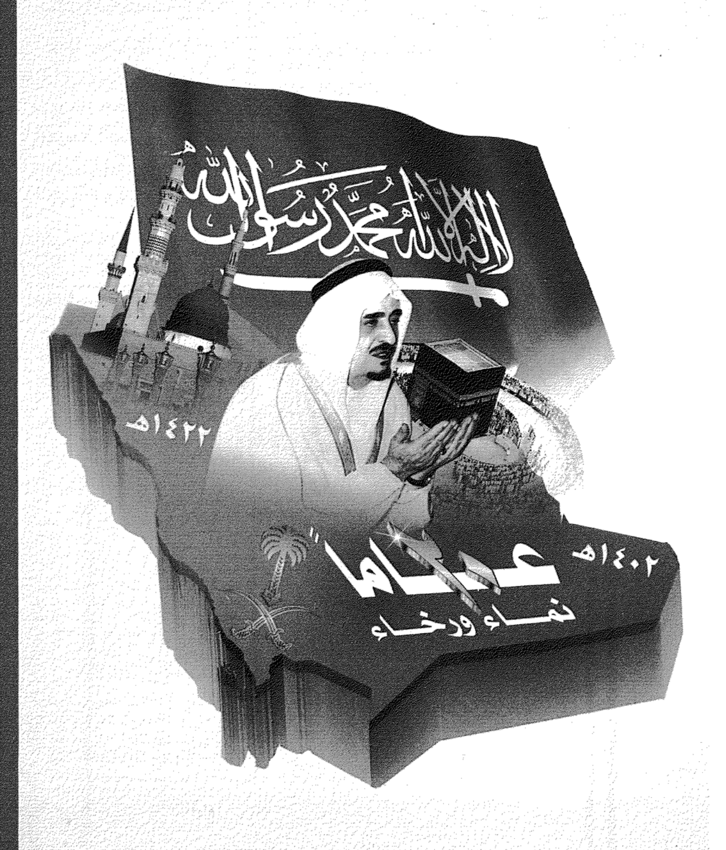
وفى هذه المناسبة الغالية العطرة
نرفع اسمى آيات التقدير
والوفاء والولاء

البسكم الله سبحانه وتعالى
ثوب العافية
وأدام عليكم فضله .. وتوفيقه

ودمتم لهذه
المملكة الغالية

عــــزاً .. ومجـــداً .. وفخــــراً




لا إله إلا الله محمد رسول الله
١٤٢٢هـ
١٤٠٢هـ
عاماً
نماء ورخاء

فقرات في الاعلام .. فقرات في الاعلام .. فقرات

☐ الاعلام الوافد أضر كثيرا بالتوازن الاجتماعي والثقافي الداخلي للدول.

☐ العلاقة بين الفرد والوسيلة الاعلامية ، الزامية في مجتمعنا المعاصر.

☐ من يملك مفاتيح الاعلام .. يملك العالم كله.

☐ الاعلام الاسلامي .. اعلام القيمة السلوكية والموضوعية.

☐ على المسلمين الافادة الكاملة من معطيات الاعلام الحديث.

بسم الله الرحمن الرحيم

المنهل

مجلة شهرية للآداب والعلوم والثقافة

تصدر في المملكة العربية السعودية - جدة عن دارة المنهل للصحافة والنشر المحدودة

أولى أمهات الصحافة السعودية

أسسها المغفور له

عبدالقدوس القاسم الأنصاري

عام ١٣٥٥هـ/ ١٩٣٧م

المركز الرئيسي

جدة الشرفية ص.ب ٢٩٢٥

رمز بريدي ٢١٤٦١ برقيا: المنهل

فاكس: ٦٤٢٨٨٥٣ تليفون : ٦٤٢٧٨٣١

٦٤٣٩٧٦٥ - ٦٤٣٢١٢٤ - ٦٤٢٥٦٨٧

الرياض: ص.ب ٢٩٠تليفون : ٤٥٤٢٤٣٢

سعر النسخة:

السعودية ١٠ ريالات - قطر ٨ ريال - المغرب ٩ دراهم مصر ١٥٠ قرشاً - تونس ٨٠٠ مليم - الكويت ٦٠٠ فلس عمان ٦٠٠ بيسه - الامارات ٨ دراهم - البحرين ٧٠٠ فلس موريتانيا ١٠٠ أوقيه - الأردن ٥٠٠ فلس.

الاشتراكات

جدة ت: ٦٤٣٢١٢٤

قيمة الاشتراك السنوي للمؤسسات الحكومية ٢٥٠ ريال.

قيمة الاشتراك للأفراد ١٥٠ ريال

وكلاء التوزيع

الشركة السعودية للتوزيع/ جدة ٨٠٠٢٤٤٠٠٧٦ - وكالة الأهرام للتوزيع/ القاهرة ٥٧٤٧٠٤٤ - الشركة التونسية للصحافة/ تونس ٣٢٢٤٩٩ - الشريفية للتوزيع/ الدار البيضاء ٤٠٠٢٢٣ - شركة الامارات للطباعة والنشر والتوزيع/ ابوظبي ٤٥٦٥٠٠ - دار الثقافة للطباعة/ الدوحة

اعلام .. فقرات فى الاعلام .. فقرات فى الاعلام ..

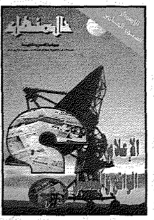
- ☐ لكى يكون الاعلام ناجحاً يلزمه ملاحظة الاثر الناتج عن المحتوى.
- ☐ العلاقة بين الانسان العربى والتليفزيون اصبحت تأخذ شكل الادمان.
- ☐ اختلاف القيم والتقاليد المتداخلة في نسيج برامج الاطفال، جعلت من الطفل مسخاً لا هوية له.
- ☐ التكتلات الاعلامية .. شكلت هاجسا للتوازن الاعلامي.
- ☐ الدراسات الجادة لتخطيط المسار الاعلامي .. ضرورة .
- ☐ الانبهار بالاعلام الوافد.. مرده ضعف الاعلام المحلي.

صاحب المجلة
رئيس التحرير
نبيه بن عبدالقدوس الأنصاري
مستشار التحرير
أ.د/ عبدالرحمن الأنصاري
نائب رئيس التحرير
المدير العام
زهير بن نبيه الأنصاري

عزيزي القارىء
عزيزتي القارئة

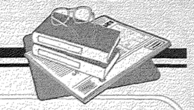
هذه المجلة تحمل في العديد من صفحاتها آيات قرآنية كريمة وأسماء الله الحسنى فضلا عن أحاديث نبوية شريفة الرجاء المحافظة عليها.

غلاف العدد



طبع بمطابع شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر ـ جدة
تليفون: ٦٣٩٦٠٦٠ ـ فاكس: ٦٣٩٤٠٩٥

٤١٤١٨٢ - وكالة التوزيع الأردنية/ عمان ٦٣٠١٩١ - دار اقرأ للنشر/ الخرطوم ٤١٨٠٩ - الشركة المتحدة لتوزيع الصحف والمطبوعات د.م.م/ الكويت/ ٢٤٢١٤٦٨ - مؤسسة الهلال لتوزيع الصحف/ البحرين/ المنامة ٥٣٤٥٥٩.



هذا

اعلام اليوم ـ كما يقولون ـ حوّل العالم الى قرية كونية صغيرة..

بل الى (بيت كوني) زجاجي تتصافح أعين ساكنيه، صباح مساء..

يرون دقائق بعضهم، ويسمعون همسهم..

الحادثة تقع في أقصى الأرض، فيراها ويسمعها من في أدنى الارض، في نفس اللحظة، وفي كل تفاصيلها..

كل ما يقع تحت دائرة الضوء، يراه الجميع ويسمعه الجميع.

صحيح ان **الاعلام اليوم** وضع الناس جميعاً تحت دائرة الضوء، بكل مستوياتهم الثقافية، وفي كل توجهاتهم..

وصحيح ان **الاعلام** قد فتح اعين الناس على ما لم يكن لهم اليه سبيلا..

وصحيح ان **الاعلام** قد وسع من مدارك الناس، ووعيهم بمن حولهم وما حولهم..

إلا أنه، قد جرأهم على ما لم يستطع أحدهم التجرؤ عليه من قبل.. من فعل أو قول أو عمل..

الاعلام يمثل صيغة كبرى من صيغ تدفق المعلومة كالسيل الجارف..

والمعلومة المنهمرة بهذه الشاكلة وهذه القوة، بقدر مالها من فوائد، لها من مضار ومساوىء.. وليس هذا مكان تفصيلها في هذه الكلمة العابرة..

ولهذا فإن ترشيد التعامل مع هذا الدفق من المعلومات يصبح ضرورة لازمة..

وبما أن الفضاء أصبح مفتوحاً، لا يعرف الحدود ولا السدود، ولا يقف دون بثّه الكوابح ولا الموانع، فلا سبيل للتوقي سوى الحصانة الذاتية النابعة من ثوابتنا.

وهذه الاخيرة هي مسئولية اعلامنا الاسلامي والعربي..

إما ان يدرك حجم وضخامة مسئوليته هذه، ويحسن التعامل، ليقيم أمة معافاة..

واما أن يغدو تابعاً لكل ناعق.. وهذه الطامة الكبرى..

الاعلام اليوم، هو كل شيء في حياتنا المعاصرة.. لا أحد يستغنى عنه بغيره..

الإصـــــدار

والاعلام له من قوة التأثير ما يجعل المشاهد اسيراً عنده، لا يغادره الى غيره..

لكل هذا جاءت فكرة هذا الاصدار السنوي الخاص: (الاعلام الواقع والمستقبل).

نحن في حاجة ماسة وملحة اليوم قبل الغد، لندرس ونبحث ونقيم واقع اعلامنا الاسلامي والعربي.

- ما موقعه وسط هذا الزخم الاعلامي الطامي؟!

- ما موقفه وأداؤه؟!

ما فلسفته ومنهجيته التى يقوم عليها..؟!

- ما الدور الذى أدَّاه في دفع المشروع الحضاري لهذه الامة.. في كل مجالاتها: الروحية والقيمية والسلوكية - المعرفية والعلمية.

حقيقة.. لابد من وقفة متأنية فاحصة لنستبين دور اعلامنا في دفع وتنمية هذه المقومات الاساسية لهذه الامة.. لنرى الموجب فنشيد به، ونقف عند السالب ونحذره..

هذا الاصدار السنوي (*الاعلام.. الواقع والمستقبل*) اصدار تقييمي وتقويمي لاعلامنا.. ما له وما عليه.. أملا في التجويد..

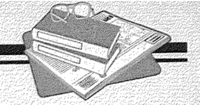
والمنهل كعادتها في كل اصدار سنوي تستكتب أصحاب التخصص في المجال المطروح..

وها هم الاساتذة الافاضل - كعادتهم أيضاً - يستجيبون لمنهلهم.. وها هي دراساتهم وبحوثهم ومقالاتهم بين أيدي قرائهم في هذا الاصدار السنوي الخاص.

واليهم جميعاً - من أرسل بمشاركته العلمية، ومن لم يستطع لعذر نحن نقدره - لهم جميعاً نسوق الشكر موصولا..

ونتمنى ان يديم الله سبحانه هذا التواصل العلمي بينهم وبين مجلتهم المنهل.

نبيه الأنصاري



الإعـــلام .. الـواقـع والمسـ

نحن نعيش في عصر الاعلام الذي أصبح يشكل بقواسمه المشتركة معلماً من معالم الحضارة والثقافة ذات الاتجاه الأحادي الذي أخذ يتحكم في مصير الشعوب الأقل تقدماً، وكما يشير (شون ماكبدايد) رئيس اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال في تقرير اللجنة النهائي بعنوان: «اصوات متعددة وعالم واحد» فإن وسائل الاعلام تلعب دوراً حيوياً في التأثير على الرأي العام الدولي، ومن هنا فقد اثير منذ سنة ١٩٧٠م جدل دولي حول الكثير من المفاهيم المتصلة بذلك الدور وبدأت عملية إعادة صياغة لهذه المفاهيم بشكل اكثر تحديا ووضوحاً.

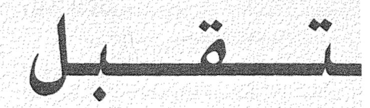
وتركز هذا الجدل اساساً حول الشكوى من السيطرة الاتصالية للدول المتقدمة تكنولوجيا والتى تحاول استغلال نفوذها لتحقيق مصالحها الخاصة وفرض ايديلوجياتها وثقافاتها مما يعرض الدول الأخرى الاقل تقدماً - كما اشرنا آنفاً - لخطر جسيم يتمثل في فقدانها لهويتها القومية ويشكل نوعاً من التبعية الثقافية الى جانب ذلك فان الدول النامية

بقلم: **د. غازي زين عوض الله**

جامعة الملك عبدالعزيز - كلية الآداب - قسم الاعلام - جدة

تشكو من تحريف وتشويه ثقافاتها عن طريق وسائل الاعلام في الدول المتقدمة.. وهذا ما دفع (ماكبدايد) الى القول بان الدول النامية تقدم في صورة ليست مزيفة فقط، بل ومشوهة ايضا وان تأثير ذلك لا يقتصر على العلاقات الدولية بل يمتد ليضر بالتوازن الداخلي لهذه البلاد.

وفي الحقيقة أن (ماكبدايد) عندما اشار الى نقطة اختلال التوازن الداخلي لتلك البلاد كان يقصد من وراء ذلك طمس هويتها القومية والثقافية، فعن طريق السيطرة الاتصالية التى تتعرض لها الدول النامية من الدول الاكثر تقدما والتى تصنع التكنولوجيا وتحتكرها استطاعت ان تجتاح بثقافاتها وايديلوجياتها وبرامجها التعليمية والمسلسلات والبرامج التاريخية والترفيهية والافلام والرسوم المتحركة وغيرها شعوبنا فكريا وثقافياً واجتماعياً الى حد كبير عن طريق استلاب وسائلنا الاعلامية التى وظفتها وسخرتها وطوعتها لخدمة ايديلوجيتها وفلسفاتها وثقافاتها، وهذا ما ادى بالتالى الى ما يسمى بالاستلاب الطوعى، والتحييد الارادي الذي أخذت تسلم به وسائلنا الاعلامية العامة والخاصة.. فان اكثر البرامج التى تعرضها تلك القطاعات الاعلامية في الوقت الحاضر تشكل نسبة كبيره من انتاج برامجها بالاضافة الى الاعلانات التجارية الدولية التي لعبت دوراً كبيراً في تحطيم انتاجنا المحلي الصناعي الذي أخذ يتراجع الى حد كبير تحت طغيان الإعلان التجاري الدولي الذي يروج لصناعته ولسلعه التجارية التي استفاد منها بحكم



التجارة الدولية وانفتاحها على دول العالم. رغم انها لا تعود علينا بالنفع ولا بالجدوى الاقتصادية.

التطلعات الجديدة للاعلام الدولي:

ان انفجار المعلومات وثورة الاتصال زادت الامور تعقيداً على مستقبلنا الإعلامي، فقد اضفنا بشكل عام طابعا دوليا على كافة وسائل الاعلام الجماهيرية، وقد اصبح من الصعوبة ان نفرق بين ما هو اعلام وطني وما هو إعلام دولي فقد تداخلت الاساليب والوسائل واختلط الحابل بالنابل، فالإعلام الوطني المنتج محلياً قد أصبح له ـ بشكل من الاشكال مقصود أو غير مقصود بعد دولي.

فالبرامج التى تبثها محطات التلفزيون في الولايات المتحدة الامريكية والاتحاد السوفيتي ـ وكندا واليابان ودول غرب اوروبا، والتى اعدت من الاساس لجمهورها المحلي، اصبحت تشاهد عبر الاقمار الصناعية في أنحاء متفرقه من العالم، وقد اكتسبت بذلك بعداً دولياً لم نسع اليه أصلا، ولكن تطور التكنولوجيا وتقدمها هو الباعث لذلك وجعله ممكنا وبفضل التقدم الهائل في التكنولوجيا، واتساع رقعتها الجغرافية في المد الإعلامي فان برامج محطات الراديو الوطنية في معظم دول العالم اصبحت تسمع في أماكن أبعد من حدودها الوطنية وذلك بفضل تطوير امكانات الموجات المتوسطة والقصيرة، وبرامج هذه المحطات بخلاف الاذاعات الموجهة التي تستهدف في الاصل المستمع المحلي،

الكاتب في سطور

د. غازي زين عوض الله:

- رئيس قسم الاعلام ـ جامعة الملك عبد العزيز ـ جدة.
- عضو عامل واستشاري في عدد من اللجان المتخصصة.
- له جمهرة من المؤلفات منها: (العرب في الصحافة الامريكية ـ الصحافة الادبية في المملكة العربية السعودية ـ الاعلام والمجتمع ـ الأسس الفنية للتحقيق الصحفي).
- له مجموعة من الابحاث الاكاديمية.
- له مجموعة من الاعمال الصحفية والاذاعية.
- أعد مجموعة من السباعيات الدرامية للاذاعة السعودية.
- أعد وقدَّم برنامج (رجال في الذاكرة).

ولكن التطور التكنولوجي - كما ذكرنا سلفاً - اضاف اليها بدرجة ما بعداً دولياً.

وتنسحب هذه الظاهرة ايضاً على الصحف سواء منها الجرائد اليومية أو المجلات الاسبوعية أو الشهرية أو الفصلية فان التقدم الكبير في وسائل الاتصال أو المواصلات اختصر كثيرا من الوقت والجهد والمال اللازم لتوزيعها خارج الحدود كما اصبحت هذه الصحف تَصْدُر في بلدان العالم عن طريق الاقمار الصناعية هذا بالاضافة الى الصحافة الاليكترونية التى وجدت فيها الصحف نفسها عبر قناة الانترنت الشبكة الدولية.

نحن والقطب الواحد :

لقد أسفر سقوط الامبراطورية السوفيتية وتفككها في نهاية القرن الفائت عن ظهور ما يسمى بالنظام الاعلامى الدولي الواحد.. وسيطرت الولايات المتحدة الامريكية على هذا النظام بحكم انها القطب الأوحد الذى يشكل اهم عناصره الاساسية، التي تتحكم فيه والذى تحكم العالم من خلاله، وانطلاقا من هذه الهيمنة فلا شك ان التغيير الحاصل اليوم في النظام الاعلامى الدولى لابد ان يؤثر بعمق على الدول النامية، ولكن هذا التأثير في رأي الدكتور فاروق ابو زيد سيتخذ مسارين متناقضين:

المسار الأول:

اعطاء قدر متزايد من الحريات لوسائل الإعلام في الدول النامية حتى تستطيع ان توائم اوضاعها الإعلامية مع طبيعة النظام الإعلامي الدولي السائد وهو النظام الغربي الذي يقوم على الليبرالية بما يمثله من حرية وتعدد لوسائل الإعلام.

المسار الثاني:

فهو يقود الى مزيد من التبعية الإعلامية واتساع نطاق هيمنة القطب الواحد لتشمل كافة دول العالم الثالث بعد ان كانت مقصورة على الدول التى تخضع للنفوذ الغربي فقط. ذلك ان سقوط النظام الاعلامي الشرقي سوف يمنح الإعلام الغربي وبالتالي القطب المهيمن على هذا الاعلام قوة مضاعفة في السيطرة والتأثير على العالم الثالث بأكمله.

ويتفق معظم المهتمين بدراسة الاعلام الدولي على ان النظام الإعلامي الجديد لن يسمح إلا بقدر محدود من الحرية لوسائل الاعلام في العالم الثالث وهو بالقدر الكافي الذي يتيح الفرصة لوسائل الاعلام الغربي ان تتسلل وتسيطر على وسائل الإعلام في الدول النامية، وكذلك اعطاء فرصة الغاء القيود التى تعوق حريتها في الحصول على المزيد من المعلومات التى لم تكن متاحة من قبل عن العالم الثالث.. وكذلك تحطيم العقبات القانونية والادارية مثل الرقابة على المعلومات والدوريات والبرامج التلفزيونية والافلام السينمائية الاجنبية بما يتيح مزيداً من التدفق للانباء والمعلومات والافكار الغربية الى مجتمعات العالم الثالث.

ويطرح الدكتور فاروق ابو زياد في كتابه «انهيار النظام الإعلامي الدولي» سؤالا! كما يترك للبعض ان يتساءل.. هل تستسلم دول العالم الثالث لسيطرة النظام الإعلامي الدولي الواحد والقطب الواحد المهيمن على هذا النظام؟ ام أن هناك سبيلا يمكن ان تلجأ اليه هذه الدول ان لم يكن للخلاص من تلك الهيمنة على الاقل للتخفيف من حدتها؟.

ويرى في اجابته عن هذا التساؤل الذى طرحه.. انه ما من سبيل امام دول العالم الثالث سوى العمل على التعاون المشترك فيما بينها، سواء في شكل جماعي أو ثنائي بهدف إقامة تكتل اعلامي



يعبر عن مصالحها ويلبي احتياجاتها الإعلامية في مواجهة هيمنة القطب الواحد.

ويؤكد الدكتور فاروق ابو زيد على ضرورة ان يتوافر لدول العالم الثالث عدة شروط موضوعية لاقامة التكتل الإعلامي المقترح ومن اهمها وجود المصلحة المشتركة النابعة من تقارب الاوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتشابه في درجة التطور الحضاري.

وينصح خبراء الإعلام العربي بان لا يقف الإعلام في الدول النامية عند الحد السلبي اي الاكتفاء بوضع مجموعة من المواثيق الاخلاقية التي تحد من انحراف وسائل الإعلام وانما يجب ان يتخطاها الى موقف ايجابي يستهدف تركيز الاهتمام على القضايا والمشكلات المرتبطة بترقية المجتمع وتنميته وفق اعتبارين اساسيين:

اولا: ان التزام الإعلام في المجتمعات النامية بالمساهمة في تنمية المجتمع وترقيته يجب الا يحكم بأي نوع من انواع «الالتـزام» السلطوي أو الايديلوجي وانما هو التزام مهني يقوم على الارادة الوطنية الحرة لوسائل الاعلام النابعة من ادراكها لحاجات مجتمعها النامي وظروفه الخاصة.

وهذا الالتزام لا يقدم على «المنع» أي الحيلولة دون نشر أخبار معينه، وانما يقوم على اساس «الاختيار» بين الاحداث لتفضيل ما يرتبط منها بتنمية المجتمع وترقيته فإذا كانت ملاءمة الخبر لسياسة الوسيلة الاعلامية من بين اسس تقييم الخبر «أي المفاضلة بين خبر وآخر عند النشر في المفهوم الغربي والشرقي معاً، فان وسائل الإعلام في الدول النامية لابد ان تضع من بين تلك الاسس، مدى مساهمة الخبر في تنمية المجتمع وترقيته».

ثانيا: ان مضمون الوسائل الاعلامية في المجتمعات النامية لابد ان يتصف بالصدق والدقة والموضوعية لتكوين رأى عام موضوعي يُمكن شعوب هذه المجتمعات من اتخاذ المواقف السليمة المبنية على المعلومات الصحيحة. ذلك أن افتقاد الرسائل الإعلامية لمثل هذه الصفات سواء أكان ذلك راجعاً للتطرف في تغليب عنصر الاثارة كما هو الشأن في النظام الغربي أم راجعا للتطرف في تغليب الدعاية الايديلوجية كما هو الشأن في النظام الشرقى فإنه يحول دون تكوين الرأى العام الموضوعي، وقد يكون ذلك أمراً محتملا في دول

**** الاعلام الوافد أضر كثيراً بالتوازن الاجتماعي والثقافي الداخلى للدول.**

**** الاستلاب الطوعي والتحييد الارادي واحد من سمات الضَّخ الاعلامي الاوروبي.**

**** محليات الدول اكتسبت بعداً دولياً بفضل البث المباشر.**

العالم المتقدم حيث يقلل من خطورة التأثير في الرأي العام ارتفاع المستوى الثقافي والحضاري لمواطن العالم المتقدم، ولكن التكوين الخاطىء للرأي العام في المجتمعات النامية يشكل جريمة في حق شعوب هذه المجتمعات التي ما تزال تعاني من التخلف في مستوى التعليم والثقافة فإن اتخاذ شعوب هذه المجتمعات لمواقف خاطئة نتيجة لرأي عام بنى على معلومات خاطئة أو محرمة، من شأنه ان يعوق هذه المجتمعات عن التنمية في عصر تتسع فيه الفجوة يوماً بعد يوم بين الدول النامية والدول المتقدمة.

الاعلام العربي والمواجهة لتحدياته :

نخلصه ونحرره من التبعية الاعلامية الغربية التى لا تتفق مع ايديلوجياته ومصالحه الوطنية حتى لا يصبح أسيرا لها.. وتبدو المهام الاكثر الحاحاً امام الاعلام العربي كما يلي:

١ ـ اعطاء الاولوية القصوى لقضية الصراع العربي الاسرائيلي، وكشف جوانب وحيثيات هذا الصراع بصورة دائمة، وتفنيد الاباطيل والاضاليل التى تكتنف مسيرة هذا الصراع وما يلحق بها يوميا حتى يعيش المواطن العربي في لجة التفكير لانجاز مشروعه المناهض للمشروع الصهيوني ـ الاسرائيلي الذي يقوم على التوسع وبناء الامبراطورية الاسرائيلية من الفرات الى النيل.

٢ ـ الاستفادة من معطيات الثورة المعلوماتية ومن الشبكة العالمية (الانترنيت) لتوضيح ابعاد قضية الصراع في المنطقة وتكوين الرأى العام العالمي المؤيد للحق العربي، والدخول في هذا المجال اصبح متاحاً لان ثورة المعلومات تعطى القدرة لوسائل الإعلام العربية على الانتشار عالمياً وبمقدار ما يمتلك الإعلاميون العرب من معارف باساليب العمل الاعلامي يستطيعون اقناع الرأي العام العالمي

** الهيمنة الاعلامية ذات القطب الواحد جعلت من الاعلام سلطة لا تقاوم.

** الحرية الاعلامية في الدول النامية صحبتها تبعية مقصودة او غير مقصودة.

** الارادة الوطنية الحرة لوسائل الاعلام في الدول النامية هي سبيل التنمية والتطور.

** الصدق، والدقة، والموضوعية، مرتكزات الاعلام الناجح.

** الاعلام العربي في حاجة ماسة لاكتشاف طاقات أهله، وتنميتها واستنهاضها.

بالقضية العربية بكل اشكالها وفي شتى اصقاع العالم.

٣ - ممارسة الإعلام العربي لدور تحريضي وتربوي في آن واحد لاستنهاض القدرات الكامنه لدى المواطن العربي باتجاه قضاياه الاساسية وبالاخص قضية المصير والوجود التى يجب الا يعلو عليها اي قضية أخرى، ومن الواجب هنا ان يمارس الإعلامي العربي حرية التعبير بمنتهى الموضوعية حتى يكون مقنعاً في طروحاته، فالحرية والمسئولية هما الجانبان الاكثر ملاءمة اعلامياً لخدمة مشروع العرب المستقبلي.

٤ - الانطلاق في الخطاب الإعلامي العربي من النظرة الموضوعية للوطن العربي ومن احترام العمق الروحى والتراثي للمواطن العربي وتحضير كوامن النضال والكفاح من اجل رفعة العرب كأمة واحدة، والبحث دوماً عما يجمع ويوحد كلمتهم وصفوفهم، ونبذ كل ما من شأنه ان يفرق ويخرق وحدتهم مع الأخذ في الاعتبار تجاوز الخلافات الهامشية في سبيل الهدف الاكبر ، وصب الاهتمام نحو جبهة واحدة وخطر واحد يتمثل بالخطر الاسرائيلي الذي تتولد منه الاخطار كلها.

٥ - اعتبار المشروع العربي هو الحل لمشكلات العرب وأزماتهم الراهنة والمستقبلية والتأكيد في الخطاب الإعلامي العربي على هذه الحقيقة انطلاقاً من أن عالم اليوم يتجه نحو تشكيل الوحدات الأقليمية الكبيرة القادرة على الاستفادة من الامكانات المتنوعة مما يفقد الوحدات الصغيرة قدرتها على الصمود في وجه التنافس.

ونأخذ مثلا لهذه الوحدة، اوروبا التى تقاتلت اكثر من أية قارة فيما بينها، وتتعدد فيها الاعراق والمذاهب واللغات، ومع ذلك تتوحد الآن وتجد قواسم مشتركة لاقامة وحدة شبه اندماجية، بينما العرب يزدادون فرقة وتمزقا مع ما يملكون من اسباب الوحدة في اللغة، والدين والتاريخ والثقافة والمصير.

٦ - الوقوف في وجه حملات التضليل الجارية لتخدير المواطن العربي بأن السلام قد حل وأن التسوية في طريقها الى انهاء الصراع العربي - الاسرائيلي وأن عهدا من الرفاه والازدهار قد بدأ ، مع ان هذا يبدو بعيد المنال حتى الآن ونتائجه خطيرة في وعي المواطن العربي لأنه يصل الى حالة من التسليم والاستسلام دون ان يحصل لا على الارض والحقوق ولا على السلام مما يستدعي الكشف عن زيف الادعاءات الاسرائيلية والعربية حول موضوعات السلام التى اصبحت مهمة اساسية للإعلام العربي حتى لا تطوق الخديعة عقول العرب، وتصبح قضيتهم في مهب الريح، ويفرض عليهم السلام الاسرائيلي بكل ما تحمله من ذل وإذلال.

٧ - إحداث مؤسسة إعلامية عربية تشترك بها كل الدول العربية ولتكن لها قناة فضائية تمثل القاسم المشترك للعرب من اقصى الوطن العربي الى اقصاه، وأن تدعم وتمول كمؤسسة مستقلة، كأن تصدر عن الجامعة العربية.

الهوامش :

(١) تركي صقر، الإعلام العربي وتحديات العولمة ، دمشق وزارة الثقافة ١٩٩٨م.

(٢) غازي عوض الله، العربي في الصحافة الامريكية ، تهامه ، جدة ١٤٠٦هـ - ١٩٨٥م.

(٣) فاروق ابو زيد، انهيار النظام الاعلامي الدولي من السيطرة الثنائية الى هيمنة القطب الواحد ، مطبعة الأخبار، القاهرة ١٩٩١م.

الثقافة وحتمية الاتصال

تخص هذه الدراسة الارتباط البنيوي بين الثقافة ووسائل الاتصال[*] والذي ما فتيء يعود الى الواجهة كلما حدث تطور «مثير تقنيا» في تكنولوجيا الاتصال. وتاريخيا، فإن كل اكتشاف في الاتصالات يحدث هزة ثقافية خاصة، فاكتشاف الكتابة أوجد لغة الرموز؛ واكتشاف الطباعة نقل الثقافة من الحالة الشفوية الى المكتوب، واكتشاف الإذاعة والتلفزيون أدخل ثقافة سمعية بصرية، وأخيرا أدى اكتشاف الحاسب والشبكات المعلوماتية كالإنترنت إلى بروز الثقافة التفاعلية. هذا التجاذب، وإن كان يمس شكل الثقافة وليس محتواها بالضرورة، فإنه يبرز مدى التفاعل الجدلي بين الثقافة ووسائل الاتصال.

ويتضح أن أدبيات الاتصال الحديثة تركز على الوسيلة، وأن وسائل الاتصال أساس الثقافة «المعاصرة» ويتردد القول أننا في «عصر الوسيلة» إلا أن مقاربتنا هذه تقوم على أولوية الثقافة على وسائل الاتصال، فالثقافة تستوعب وسائل الاتصال بينما تشمل وسائل الاتصال جزءا محددا ومحدودا من الثقافة فقط أي ذلك الجزء الذي ينتقل الى وسائل الاتصال. وفي منظورنا، فإن الأولى التساؤل ماذا تفعل الثقافة بوسائل الاتصال وليس ماذا تفعل وسائل الاتصال بالثقافة؟.

ويمكن معالجة ثنائية الثقافة ووسائل الاتصال في هذا الموضوع على النحو التالي:

أ) تحديد مفهومي الثقافة وحتمية الاتصال.

ب) إبراز التجاذب بين الثقافة كعالم معنوي - مادي معاش وبين وسائل الاتصال كعالم رمزي.

ج) تبيان تأثير وسائل الاتصال على الثقافة بالإيجاب أو السلب والآليات والأوضاع التى يتجسد فيها هذا التأثير وفق هذا المنظور المعياري.

مفاهيم الثقافة والحتمية والقيمة:

تزخر المراجع الأنثروبولوجية والاجتماعية بتعاريف عن الثقافة. وتركز هذه التعاريف على الجزء المعاش في الثقافة حتى وإن كان يتضمن

بقلم: **أ.د. عبدالرحمن عزي**

جامعة الملك سعود - الرياض



نظرة قيميه

أبعادا معنوية، أي أن الثقافة تمثل نمطاً من المعيشة أو الحياة. ويشمل ذلك كل ما ينتجه أو يمارسه المجتمع من عادات وتقاليد وطقوس وحرف وعمران وبنيات ذهنية، الخ.

ويمكن سرد بعض هذه التعريفات في ما يأتي:

«مجموعة الإبداعات الإنسانية، أو النتيجة المنظمة لتجربة الجماعة حتى الوقت الحاضر وتتضمن كل ما أنتجه الإنسان في شكل أدوات (مادية) أو أخرى، كالمواقف والأفكار والأحكام والمواثيق والمؤسسات والفنون والعلوم والفلسفة والتنظيم الاجتماعي»[١].

«مجموعة من التقاليد والعادات التى تصقل أحاسيس الجماعة وأفكارها وسلوكها»[٢].

«انماط مستترة أو ظاهرة من السلوك المكتسب والمنقول عن طريق الرموز، فضلا عن الإنجازات المتميزة للجماعات الإنسانية»[٣].

«ذلك الكل المعقد الذي يتضمن المعرفة، والعقيدة، والفن، والأخلاق، والقانون، والعادة وكل المقومات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع»[٤].

«سلوك مكتسب ويشمل مجموع التقنيات التى تمكن الفرد من التكيف مع العالم الذي حوله»[٥].

وتتكرر تعاريف مماثلة في عدد معتبر من

الكاتب في سطور

أ. د. عبد الرحمن عزي..

- استاذ بقسم الاعلام جامعة الملك سعود بالرياض.
- رئيس المجلس العلمي لمعهد علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر.
- نائب رئيس جامعة الجزائر.
- رئيس اللجنة الوظيفية لعلوم الاعلام والاتصال.
- رئيس قسم الاعلام بالجامعة العالمية بماليزيا.
- له مجموعة من الدراسات والبحوث في المجلات ووسائل الاعلام الأخرى.
- له مجموعة من المؤلفات منها:

(الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الاعلامية الاتصالية - دراسات اعلامية - الثقافة والمثقف في الوطن العربي - التدفق الاعلامي في العالم العربي.

الأدبيات الأنثروبولوجية الغربية أو في بعض الكتابات العربية التى عادة ما تعيد إنتاج هذه التعاريف بصيغ لا تؤثر في بنية هذه الأخيرة.

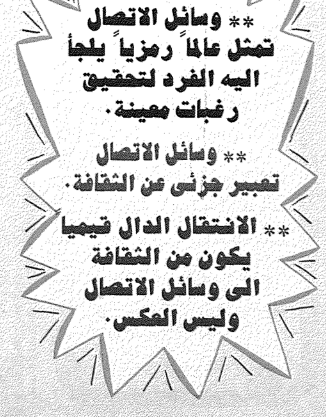
يؤخذ على هذه التعاريف ذات النزعة الأنثروبولوجية تبني ظاهرة النسبية أولا، أي أنه لا تعتمد معايير يمكن من خلالها دراسة طبيعة ثقافة ما كمستوى نضجها وقيمة ما تطرحها من عقائد وسلوكيات وكذا مقارنة ثقافة بثقافة أخرى. يؤدي ذلك الى تجنب الأحكام القيمية في دراسة الثقافة، فكل ثقافة في هذا النهج تؤدي وظيفتها في محيطها الزمكاني[*].

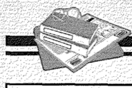
إن الثقافة في هذا المنظور تدرس في حد ذاتها (sui generous) وليس في العلاقة مع قيمة خارجية أخرى. وفي منظورنا، فإن الثقافة سلم من القيم تسمو أو تتدنى وفق العلاقة مع القيمة التى في أصلها دينية.

ويتمثل المأخذ الثاني في الافتراض بأن الثقافة ناتج إنساني ليس إلا، أي أن الثقافة ظاهرة اجتماعية يتم إنتاجها باستمرار في العلاقات الاجتماعية. وبتعبير آخر، فإن الثقافة حقيقة يتم تأسيسها اجتماعيا. إن هذا الطرح يعتبر الثقافة من صنع الإنسان ولأغراض وظيفية ومن ثم فالثقافة ظاهرة نسبية ترتبط بالواقع المعاش في زمان معين ومكان محدد وما يكون وظيفيا في مجتمع قد لا يكون كذلك في مجتمع آخر. وفي منظورنا، فإن الثقافة في أصلها ظاهرة دينية ثم أخذت بعدا اجتماعيا بالممارسة في العلاقة مع القيمة الدينية الأصلية اقترابا منها أو ابتعادا عنها.

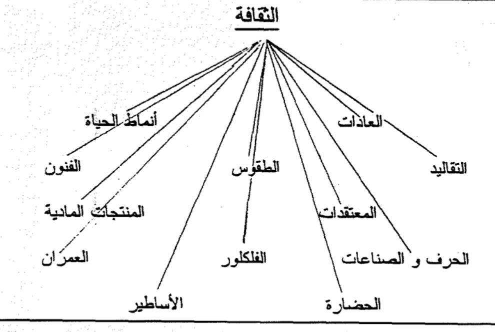
ويخص المأخذ الأخير في أن هذه التعاريف تعتبر القضايا المعنوية في الثقافة إما وظيفية، أي تؤدي وظيفة ما في المجتمع أو تبريريه أي تبرر واقعا ما في المجتمع. وما يميز الطابع الأنثروبولوجي في هذه التعاريف التركيز على الجزء المعاش في الثقافة وجعل العوالم غير المادية أقرب الى الأساطير والميتافيزيقا من أي شيء آخر. وفي منظورنا، فإن القضايا المعنوية يمكن أن تدرس كمجال مستقل وفي العلاقة مع القيمة.

ويعود تأثر الثقافة بالنزعة الأنثروبولوجية إلى أن هذا الفرع من المعرفة الذي كان له بعض السبق في دراسة الثقافات المعيشة في المجتمعات المسماة بالقديمة أو «البدائية» إلا أنه تم حديثا إدخال مفاهيم





إضافية أو «جديدة» عن ما يدخل ضمن الثقافة كالعمران والحضارة. ويمكننا أن نتعامل مع المفاهيم القديمة والحديثة للثقافة بحصر المفردات التى ترد في هذه التعاريف ثم تحليلها وفق المنظور المعياري. وتشمل هذه المفردات ما يلي (انظر الجدول ١) :



الجدول رقم ١

- أن الثقافة هي العادات.
- أن الثقافة هي التقاليد.
- أن الثقافة هي المعتقدات.
- أن الثقافة هي الحرف والصناعات.
- أن الثقافة هي الحضارة
- أن الثقافة هي الطقوس.
- أن الثقافة هي الفلكلور.
- أن الثقافة هي الأساطير.
- أن الثقافة هي انماط الحياة.
- أن الثقافة هي الفنون.
- أن الثقافة هي المنتجات المادية.
- أن الثقافة هي العمران.

ويمكننا أن نحلل هذه المفردات نقديا أو نقلصها في تعبير المنهج الظاهري[٦] على النحو التالي:

أولا : أن هذه المفردات متداخلة ليست حصرية، فالعادات قد تشمل التقاليد، والحضارة تتضمن العمران، والطقوس أنماط من الحياة .. الخ.

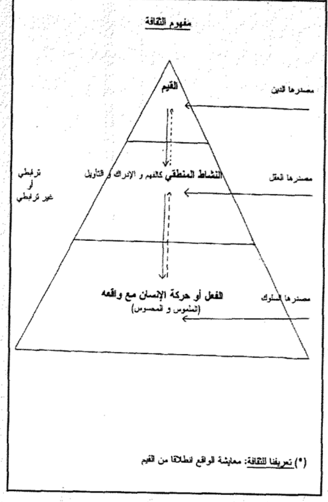
ثانيا : أن هذه الأخيرة ليست مرتبة وفق نظام من الأولويات، فهل الحضارة في نفس ميزان الأساطير، وهل الفلكلور في نفس مستوى الحضارة.

ثالثا : أنها تستبعد الأحكام القيمية، وهي تقوم في ذلك على مبدأ النسبية القائل بأن لكل مجتمع ثقافته ولا يمكن تقييم ثقافة بناء على معايير ثقافة أخرى، فالمجتمع الذى يقدس جمادا على سبيل المثال يعبر عن ثقافة ذات بنية داخلية تؤدي وظيفة تكاملية في سياق مرجعية ذلك المجتمع ومن ثم يتم استبعاد أي نظرة تتساءل عن طبيعة هذا الطقس ومكانته في سلم القيم حتى وإن كان هذا السلم عقلانياً فحسب.

رابعا : أن هذه التعاريف تستثني وسائل الاتصال كجزء من الثقافة، وبغض النظر عما إذا

كانت وسائل الاتصال تعكس الثقافة أو أنها تساهم في تأسيس الثقافة فإنها طرف في المنظومة الثقافية.

وفي منظورنا، فإن الثقافة سلم يمثل مستواه الأعلى القيم. والقيمة ما يرتفع بالفرد الى المنزلة المعنوية ويكون مصدر القيم في الأساس الدين. فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم. يستتبع ذلك أنه كلما ارتقت الثقافة الى مستوى القيم ارتبطت بالدين ضرورة. يأتي العقل في مرتبة موالية ويمثل نشاطا منطقيا يتعامل مع المسائل النظرية كالإدراك والفهم والتأويل. ويكون هذا النشاط المنطقي منطقيا بالضرورة إذا كان وثيق الصلة بالقيم، ومصدر النشاط الذهني العقل. ويكون هذا النشاط العقلي المستوي الذي ترتقي به الثقافة الى الحضارة فهذا النشاط يولد الآداب والفنون والفكر والمعرفة، أي أن الثقافة تتحول الى حضارة بالنشاط العقلي المتفاعل مع المجال المعنوي والمادي في المجتمع. وقد يكون هذا النشاط مرتبطا بالقيم فيكون ترابطيا وقد يتحرك في مجال لا يتصل بالقيم فيكون غير مترابط. وكلما كان النشاط مترابطا، كان مجال النمو المتوازن واسعا والعكس. ويأتي في أسفل الثقافة حركة الإنسان وفعله، أي سلوكه. ويكون مصدر هذه الحركة واقع الإنسان المحدود في الزمان



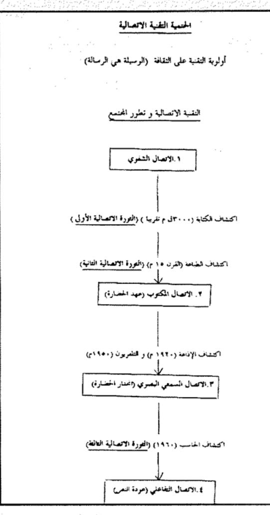
الجدول رقم ٢

والمكان. وأيضا، فإن فعل الإنسان قد يكون مرتبطا بأي أو بكل من النشاط الذهني والقيم وقد لا يكون. فإن كان الفعل مرتبطا بالنشاط المنطقي كان الفعل منطقيا وإن كان مرتبطا بالقيم كان منطقيا وقيميا، والقيمة أعلى من المنطق. وإذاً فإنّ الثقافة سلم يتضمن أبعاداً ثلاثة: القيم والمنطق والفعل.

ويكون تعريفنا للثقافة في هذه الحالة أن الثقافة هي معايشة الواقع انطلاقا من القيم ويكون النشاط المنطقي وسيلة في تحقيق الترابط بين القيمة والسلوك. ويعتبر هذا التعريف معياريا أي أنه يبين الكيفية التى ينبغي أن تنبني عليها ا لثقافة. كما أن

** وسائل الاتصال يكون تأثيرها ايجابياً إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم.





الجدول رقم ٣

هذا التعريف يحدد المرجعية التى يمكن أن تدرس بها الثقافة ومستواها (انظر الجدول ٢).

وقد عرفنا الثقافة في سياق مشابه بأنها «كل ما يحمله المجتمع (الماضي) وما ينتجه (الحاضر والمستقبل) من قيم ورموز معنوية أو مادية وذلك في تفاعله مع الزمان (التاريخ) والمكان (المحيط بماضي ذلك النظام الاجتماعي) انطلاقا من بعض الأسس (القيم) التى تشكل ثوابت الأمة وأصولها (البعد الحضاري)[٧].

أما الحتمية فتعني عملية اعتماد متغير واحد دون المتغيرات الأخرى في تفسير الظواهر كأن يفسر تطور المجتمع على أساس الصناعة فقط فتكون هذه

** الوسائط الاعلامية تمثل أدوات التنشئة الاجتماعية.

حتمية تكنولوجية، أو يفسر على أساس الحركة الاجتماعية فتكون هذه حتمية اجتماعية وهكذا. وتخص الحتمية الإعلامية (media de-terminism) اعتبار أن تكنولوجيا الاتصال المتغير «الأساسي» في تفسير آليات التطور الاجتماعي. فقد اعتبر ماكلوهان أن اكتشاف الكتابة (حوالي ٣٥٠٠ق.م) يعتبر ثورة الاتصال الأولى إذ أوجدت هذه الثورة اللغة المكتوبة وسمحت بالتدوين أحد شروط التطور. وحدثت ثورة الاتصال الثانية بعد أن اكتشف قاتنبورغ المطبعة (منتصف القرن ١٥). وأدت هذه الثورة الى انتقال المجتمع من مرحلة الاتصال الشفوي الى الاتصال المكتوب. واعتبر ماكلوهان أن ثورة الاتصال الثالثة ارتبطت باكتشاف الحاسب في السيتينيات والتى نقلت المجتمع الى مرحلة الاتصال التفاعلي. أما اكتشاف الإذاعة (العشرينيات من القرن ٢٠) والتلفزيون (الخمسينيات من القرن نفسه) فهي امتداد سمع الإنسان وبصره فحسب رغم أنها نقلت المجتمع من مرحلة الثقافة المكتوبة الى مرحلة الثقافة المسموعة والمكتوبة. واعتبر ماكلوهان أن الحضارة تأثرت سلبا بالثقافة المسموعة والمرئية، فهذه الأخيرة تضمنت بعض معالم الثقافة الشفوية التى ميزت المجتمعات الأولية (انظر الجدول ٣).

ويعتبر ماكلوهان محتوى الوسائل شيئا

عرضيا، فالأهم هو الوسيلة في حد ذاتها والتي تفرض على المجتمع نمطا خاصا من التفكير والاتصال، أي أن الرسالة هي الوسيلة.

وفي منظورنا فإن الرسالة أساس عملية الاتصال رغم أن الوسيلة تؤثر في طبيعة الرسالة شكلا ومضمونا. فالرسالة تمثل المرجع في ضبط العلاقة بين الثقافة ووسائل الاتصال. فالثقافة مرجعية ثابتة في التاريخ وتتجدد بالفعل والممارسة، أما الوسيلة فقد تولدت في فضاء الثقافة وسعت الى التعبير عن بعض مظاهر هذه الأخيرة. وإذا كانت وسائل الاتصال قد أنتجت ما يسمي بالثقافة الجماهيرية فإنها لم تصبح الثقافة في حد ذاتها، كما أن الثقافة الجماهيرية وليدة المجتمع الجماهيري وليس العكس[٨].

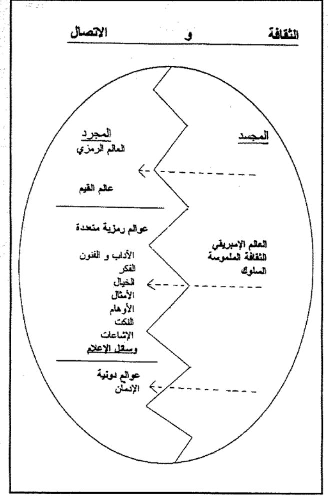
ويقصد بالقيمة الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى، والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان الى تجسيدها عمليا كلما ارتفع بفعله وعقله الى منزلة أعلى. وتعني القيمة في اللغة اسم النوع من الفعل قام يقوم قياما، بمعنى وقف واستوى. وفي منظورنا، فإن القيمة ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين كما أوضحنا في الجدول[*] (انظر الجدول ٤).

التجاذب بين الثقافة كعالم معنوي - مادي معاش ووسائل الاتصال كعالم رمزي:

إن العلاقة بين الثقافة والتكنولوجيا مسألة تعود الى بداية الثورة الصناعية إذ اعتبر المنظرون الأوائل أن التكنولوجيا ستغمر كل ما هو ثقافي وتحول الثقافة الى أداة في خدمة التقنية. ويعني ذلك أن الثقافة تصبح مجموعة من المهارات والتقنيات أو ما يسمي باللاتينية (te-chec) ومن ثم يتراجع كل ما لا يمثل فعالية اقتصادية ما. فالتقنية في هذا التحليل هي الثقافة. وظهر في هذا السياق العديد من المراجع التي تتخوف من المصير المحتوم الذي يجعل التكنولوجيا تتحكم في الانسان الذي أوجدها في بداية الأمر. وفي منظورنا، فإن الثقافة تتحكم (على الأقل من حيث ما ينبغي أن يكون) في التقني وليس الأمر أن تتحول الثقافة الى تقنية[٩]. وحديثا، كان لكتابات «أنيس» الأثر في تحويل هذا الانشغال الى

**** وسائل الاتصال تدعم الحركة الاجتماعية وتعززها.. وهي تعطي الاحساس بالانتماء الاجتماعي.**
**** الاعلام يمثل القاسم المشترك بين افراد المجتمع.**





الجدول رقم ٤

ميدان الاتصال. وقد انتقل الموضوع الى الصدارة عندما قام «ماكلوهان»[١٠] بإضافة الطابع الدرامي على المسألة إذ أدخل مفاهيم جديدة مثل الاتصال الساخن والاتصال البارد[١١] وحتمية الاتصال وأثر وسائل الاتصال على الحواس وقولته المشهورة «أن الوسيلة هي الوسيلة».

تنتمي الثقافة الى كل من العامل المعنوي والمادي. فالمعنوي يشمل كل ما يسمو من المعاني، أما المادي فيتضمن ما يدنو الى الواقع المعاش كالعادات والتقاليد والعمران. وتكون العلاقة بين المعنوي والمادي صحية طالما كان المعنوي مرجعا في السلوكيات المتعددة والمتجددة. وتمثل وسائل الاتصال عالما رمزيا، فالفرد يتفاعل مع محتويات وسائل الاتصال من خلال رمزية اللغة أو الصورة أو الفيديو. إن هناك جاذبية بين الثقافة ووسائل الاتصال، فالفرد ينتقل (أو يلجأ) من عالمه الثقافي الحقيقي الى العالم الرمزي الذي تعرضه وسائل الاتصال تلقائيا أو رغبة في الإفلات مؤقتا من عالمه المجسد. وتتنوع دوافع الانتقال من الواقعي الى الرمزي ومنها أن يضيق الواقع المجسد فيجد الفرد مكانه في الرمزي أي المجرد الى حين. إن الثقافة تتميز عن وسائل الاتصال في عدة عناصر دالة. فالثقافة واقع يعيشه الفرد بصفة مباشرة، أما تجربة التفاعل مع وسائل الاتصال فرمزية غير مباشرة. والثقافة تتسع كميا عندما تتحول الى وسائل الاتصال كانتقال الأسطورة الى المسلسل والرواية الى الفيلم والحدث الى الخبر، الخ. وفي هذه العملية قد تضيق الثقافة نوعيا عندما تختزلها وسائل الاتصال أو تسيء تمثيلها أو تشوهها. وفي كل الحالات، فإن وسائل الاتصال تعبير جزئي عن الثقافة المحيطة بهذه الوسائل. وفي منظورنا، فإن الانتقال الدال قيميا يكون من الثقافة الى وسائل الاتصال وليس العكس، على الرغم من أن العديد من نظريات التأثير في الإعلام تنتقل من الوسائل الى

الثقافة.

أثر وسائل الاتصال على الثقافة: المنهج المعياري:

إن دراسة التأثير لا يتم في منظورنا بدون مرجعية تربط محتويات هذه الوسائل بالقيم. إن التأثير يكون إيجابيا إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كان الوثاق أكثر كان التأثير إيجابيا. وبالمقابل، يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر. ويمكن أن نحصر الجوانب الإيجابية في تأثير وسائل الاتصال فيما يلي:

تعزيز القيم :

يرتبط التعزيز بتثبيت مواقف الفرد السابقة وإعطائها ألفة إضافية. ولعب تعبير «التعزيز» دورا أساسيا في فهم تأثيرات وسائل الاتصال على المجتمع. وقد عالج لازرسفيلد هذا الموضوع في دراساته الميدانية وأشار في مقولته المعروفة أن وسائل الاتصال لا تغير آراء الناس ومواقفهم بقدر ما تعمل على تدعيم هذه الأخيرة. ويرتبط هذا الطرح بافتراض أن العامل الاجتماعي (العلاقات الاجتماعية) أساس تكوين الآراء والمواقف وأن الإعلام يبني على ذلك ويعزز ما أنتجته العلاقات الاجتماعية. وفي منظورنا، فإن التعزيز يكون مشروطا بتوافق العاملين الاجتماعي والإعلامي، فيكون الإعلامي داعما للاجتماعي. أما إذا كان الإعلامي غير متكامل مع الاجتماعي، فإن التأثير قد يكون عكسيا، أي يظل الجمهور متمسكا بما تفرزه العلاقات الاجتماعية ويزيل المصداقية في تعامله مع وسائل الاتصال.

التنشئة الاجتماعية :

يقصد بالتنشئة الاجتماعية (social-ization) الصيرورة التي يتم من خلالها اكتساب قيم المجتمع وثقافته. وتعتبر وسائل الاتصال مؤسسات اجتماعية تقدم أحزمة ثقافية محلية أو وافدة، فهي الناقل أو المحول الذى يساهم في «جتمعة» الفرد وإحداث الألفة مع المحيط. ويعتبر علماء الاجتماع أن وسائل الاتصال أدوات التنشئة الاجتماعية. إن كل نوع من محتويات وسائل الاتصال يحدث تنشئة معينة، فالأخبار تساهم في التنشئة السياسية، والبرامج التعليمية تساهم في التنشئة التربوية، والبرامج الدينية تساهم في التنشئة الدينية وهكذا.

تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي :

تحدث وسائل الاتصال الإحساس بالانتماء الى المجتمع الذي تربطه صفات مشتركة كالقيم والثقافة واللغة والتاريخ والتجربة والحيز الجغرافي ويزداد هذا الدور في المجتمعات المتعددة الأجناس واللغات

والمعتقدات فيكون دور وسائل الاتصال لم الشمل.

إن وسائل الاتصال قد تعزز العلاقات الاجتماعية، فأفراد الجمهور لا يكتفون عادة بما يقرءونه أو يسمعونه أو يشاهدونه في وسائل الاتصال، بل يتحدثون عن تجاربهم الإعلامية مع ذويهم وأقرانهم. وبينت نظرية التدفق الإعلامي على مرحلتين أن تدفق الرسائل الإعلامية ليس مباشرا ويمر عبر قادة الرأي وشبكة من العلاقات الاجتماعية قبل أن تنتقل الرسالة الى بقية أفراد الجمهور. ويعني ذلك أن تأثير وسائل الاتصال محدود ويتوقف على درجة التأويل والتعديل الذي تمارسه الفئات الوسيطة التى تشكل مستوى آخر بين الرسالة الإعلامية والجمهور.

إن وسائل الاتصال تدعم الحراك الاجتماعي وتعززه. فقد أظهرت دراسة عن «استخدامات سكان مدينة الرياض للاتصال الهاتفي» أن العامل الاجتماعي احتل المرتبة الرابعة من بقية دواعي استخدام الهاتف في الجمهور المذكور. وتمثل ذلك في «تهنئة الآخرين بالمناسبات والأعياد، والسلام على الأهل، ودعوة الآخرين للزيارة، أو التأكد من وجودهم في منازلهم قبل الذهاب لزيارتهم» وأضافت الدراسة أن هذا الاستخدام لم يحل محل التواصل الاجتماعي المباشر وإنما عززه أكثر فأكثر[١٢].

توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة :

ساهمت وسائل الاتصال في نشر المعرفة والثقافة في أوساط واسعة من المجتمع. فقد لعبت



الصحافة المكتوبة العربية دورا رائدا في نشر الأدب والمعرفة عامة. ويبرز هذا الدور المعرفي أيضا في وسيلتي الإذاعة والتلفزيون إذ لا تتأثر هذه الأخيرة بعائق أمية المتلقي. وفي تاريخ الصحافة العربية، فقد لعبت هذه الأخيرة في نشر الوعي الوطني الذى أدى الى الاستقلال. إن هذه الوسائل أوجدت نوعا من الثقافة أو اللغة المشتركة التى تتوجه الى القاسم المشترك بين أفراد الجمهور. يضف الى ذلك أن الثقافة المعاشة في الواقع تتسع عندما تنتقل الى وسائل الاتصال، فقراءة رواية ما قد يكون محدودا، ولكن دائرة الاستفادة من الرواية تتسع إذا تحولت الى فيلم.

الوعي بالعالم الخارجي أو توسيع المحيط :

ارتبطت وسائل الاتصال في نشأتها بالحاجة الى معرفة الأحداث في المحيط القريب أو البعيد. وساهمت هذه الوسائل في تحقيق الرباط بين أفراد

المجتمع داخليا وإحداث الاهتمام بالأحداث خارجيا.
وأصبح الجمهور في مختلف الثقافات بفضل وسائل الاتصال يهتم بما يجري من أحداث في الخارج.
وقد بينت نظرية المحيط الواسع والمحيط الضيق أن وسائل الاتصال تعمل على توسيع المحيط الاجتماعي في المجتمعات المتميزة بقلة التفاعل الاجتماعي والنزعة الفردية. فوسائل الاتصال تعوض هذا البعد الاجتماعي الغائب في الواقع.

النظر الى الذات والمجتمع من زاوية خارجية:

توفر وسائل الاتصال تجربة إضافية قد لا تتوفر محليا كأن ينتقل الفرد من ثقافة الى أخرى بمجرد تغيير القناة (التلفزيونية مثلا)، وذلك ما يجعل الفرد ينظر الى ذاته ومحيطه من بعد أو أبعاد تجتث الفرد من عالمه المحدود وتجعله يفلت جزئيا من تلك المسلمات التى تمثل جل ما يعرفه ويدركه عن ذاته ومجتمعه. وبتعبير آخر، فإن وسائل الاتصال تنقل الفرد من المطلق الى النسبي. وتكمن أهمية النظرة الى الذات والمجتمع خارجيا في أن الفرد يستطيع الاطلاع على وجهات النظر المتعددة ويدرك ما يتميز به من خصوصيات ويميل الى تقبل الآخرين على ما هم عليه من تمايز. فالفرد يعرف بوعي ذاته ومجتمعه من الآخر أو الآخرين.

معايشة عوالم متعددة تحمل الإنسان عبر الزمان والمكان :

** وسائل الاتصال ادوات ارتباط بالعالم الخارجي وبالآخرين.

** العلاقة بين الفرد والوسيلة الاعلامية الزامية في مجتمعنا المعاصر.

** أدبيات الاتصال الحديثة ركزت على الوسيلة.

** الثقافة تمثل نمط الحياة المعاش من عادات وتقاليد ومعارف وأخلاق.

** يرى البعض ان الثقافة ظاهرة اجتماعية ينتجها الانسان، في زمن محدد ومكان محدد، ولظرف محدد.

** الثقافة في أصلها ظاهرة دينيةٍ ثم اخذت بالممارسة بعداً اجتماعياً.

** المعايير الثقافية تختلف من شعب لآخر.

تقدم وسائل الاتصال إمكانية تجربة عوالم قد لا تكون حاضرة في واقع الفرد المتعامل مع الوسيلة الإعلامية فوسائل الاتصال تنقل الفرد الى عدة عوالم رمزية وخيالية تجعل هذا الأخير يبتعد ولو الى حين عن هموم الواقع ويجد التعويض في هذه المنظومة الرمزية الخيالية. وقد بينت الدراسات الأولى عن «سر» ارتباط الأفراد بوسائل الاتصال أن هذه الأخيرة توفر ملجأ لمن ضاق به الواقع. وبمعنى آخر، فإن الفرد قد «يهرب» من الواقع فيجد ضالته في وسائل الاتصال، أي أن هذه الوسائل قد نقلته لحظة الحاجة الى عالم آخر يوفر له بعض الاستراحة الى أجل ما.

الإشباع، التحويل والترفيه :

أظهرت نظرية الإشباع والاستخدامات أن ما يجعل الجمهور شديد الارتباط بالوسيلة الإعلامية هو عوامل الإشباع التى توفرها وسائل الاتصال، وبينت الدراسات الأولى في المجال أن انقطاع قراء الصحيفة عن صحيفتهم ولو لفترة وجيزة يحدث اضطرابا في توازن الفرد وسلوكه اليومي إضافة الى الإحساس بالعزلة أو الغربة عما يجري حوله من أحداث. وما يغيب عن الفرد في غياب الوسيلة القدرة على مراقبة المحيط، فالفرد الذي يتحرك دون المعلومة (والمعرفة) التى تأتي بها الوسيلة باستمرار أشبه بتائه لا يملك خريطة المدينة. وإذاً، فإن العلاقة بين الفرد والوسيلة الإعلامية إلزامية في المجتمع المعاصر.

وتشمل الاحتياجات التى تقدمها وسائل الاتصال:

أ) الاحتياجات المعرفية، أي الحاجة الى الخبر والمعرفة عامة. إن الخبر أهم سلعة «حية» تنفرد في تقديمها وسائل الاتصال، وذلك سر ارتباط الفرد والجمهور بهذه الوسائل.

ب) الاحتياجات العاطفية، أي الحاجة الى المشاعر كالإحساس بالأخوة والمحبة والفرح والسعادة، الخ. ويظهر ذلك جليا في المسلسلات والأفلام وغير ذلك.

ج) الاحتياجات الاجتماعية.

د) احتياجات تحقيق الذات.

هـ) الاحتياجات الترفيهية[١٣].

وقد أظهرت دراسة عن «شبكة الإنترنت وجمهورها في مدينة الرياض» أن الإشباع الذي تحققه الشبكة لدى الجمهور المستخدم، هو اشباع: معرفي فعاطفي فاجتماعي فترفيهي فتجاري[١٤].

نقد الذات وتغييرها :

تساهم محتويات وسائل الاتصال في إحداث الوعي بالذات وعلاقتها مع الآخرين، فالتجارب الرمزية التى تعرضها الوسائل قد تجعل الفرد يعدل من آرائه ومواقفه وسلوكياته وفق ما يراه ذا قيمة من ظواهر أو أحداث أو قضايا ما كان بإمكانه الاحتكاك بها خارج وسائل الاتصال. وتتضمن هذه

الضرورة الخروج عن الذات مؤقتا والعيش رمزيا في عالم الوسائل ثم العودة الى الذات مرة أخرى وتقييمها بنظرة أخرى.

الإعلام والتفسير والتحليل (الوظائف) :

أسهمت النظرية الوظيفية كثيرا في فهم طبيعة وسائل الاتصال وأدوارها في المجتمع. واهتمت هذه النظرية بما تقدمه وسائل الاتصال من وظائف بدل التركيز على التاريخ أو الملكية أو الحرية، الخ. وترى النظرية أن أساس وجود أي مؤسسة وظائفها الحاضرة، وعادة ما تضمحل المؤسسة بزوال وظائفها في المجتمع. فوظائف وسائل الاتصال تتضمن الإعلام أو الإخبار أهمها إضافة الى الترفيه والبيع، وتتعدد هذه الوظائف بدءا بمهمة تنوير الرأي العام الى المساهمة في النشاط الاقتصادي الى التأثير على صناع القرار في المجتمع.

وفي نفس المنظور المعياري، تتمثل الجوانب السلبية في وسائل الاتصال في تلك التى تبتعد عن القيمة، ويشمل ذلك ما يلي :

تحييد القيم

يقصد بتحييد القيم إبعادها كعوامل مؤثرة، ويتمثل ذلك في تغييب القيم في المحتويات خاصة الترفيهية، إذ لا تتقيد هذه الأخيرة بنظام من القيم، إنما تنبني على مبدأ ما يمكن أن يسوق الى الجمهور الواسع. وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن رغبات الجمهور وأذواقه عادة ما تكون نتاج ما تعرضه وسائل الاتصال، فإن عملية استثناء القيم في المحتويات تكون دائرية: فوسائل الاتصال تعرض ما يرغب فيه الجمهور، والجمهور يرتبط بوسائل الاتصال التى تحقق له رغباته. وأدى ذلك الى انتشار محتويات العنف والجنس وغيرها في الأفلام والمسلسلات ذات الطبيعة التجارية خاصة.

جمهرة الثقافة (التبسيط والتشويه):

يقصد بالجمهرة في هذا السياق محاولة كسب الجمهور الواسع على حساب النوعية. فالثقافة ارتقاء، أما ما تبثه وسائل الاتصال خاصة المسموعة والمرئية فإنه ثقافة سميت بالجماهيرية. وتعني الثقافة الجماهيرية تلك الثقافة التى تنتجها وسائل الاتصال (كالمسلسلات والأفلام والإعلان، الخ) والساعية الى التأثير الدعائي وإحداث احتياجات وهمية أو حقيقية لدى الجمهور الواسع. وتتأثر هذه الثقافة في دلالتها سلبيا كلما كان الهدف الوصول الى الجماهير الواسعة. وقد اعتبر منظرو الثقافة الجماهيرية أن هذه الأخيرة متأثرة بالعامل التجاري الهادف الى استمالة الجمهور وإرضائه بغض النظر عن طبيعة المحتوى الذى عادة ما يتوجه الى الرغبات الآنية والغرائز، فيكون الجمهور وكثرته هما أساس نجاح البرامج لا المحتوى في حد ذاته.

تضييق المحيط :

أظهرت نظرية المحيط الواسع والمحيط الضيق أن وسائل الاتصال تلعب دورا سلبيا بطريقة غير



مقصودة في المجتمع الغني بالعادات والتقاليد والتفاعل الاجتماعي ذلك أن وسائل الاتصال تبعد أفراد المجتمع عن بعضهم البعض. يترتب على ذلك أن تدفع وسائل الاتصال المجتمع الغني بالثقافة المعاشة والعلاقات الاجتماعية الى الفقر في المجالات المذكورة ومن ثم التشابه مع المجتمعات التى تتصف بالانعزال الاجتماعي وقلة الروابط الثقافية[١٥].

تقليص المحلي وتوسع العالمي :

تتجه وسائل الاتصال عامة نحو ما يرتبط بالعولمة أو القرية العالمية. يعني ذلك أن الاهتمام بالأحداث الخارجية والثقافة الوافدة قد يكون على حساب الواقع المحلي. فقد أوجد التلفزيون ما سماه ما كلوهان القرية العالمية إذ يمكن للمشاهد أن يتابع الأحداث على المباشر دون قيد الزمان والمكان. وأدى الحاسب والشبكات المعلوماتية الى إيجاد ما يسمي بالمجتمع الخائلي (virtual society) الذي يتشكل من الأفراد الذين يتفاعلون باستمرار دون ارتباط هؤلاء بثقافة أو مجتمع أو مكان محدد. وكادت «تكنولوجيا الواقع الخائلي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي، وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التى تقطن فضاء المعلومات»[١٦].

ويرى بعض المنظرين المستقبليين أن ذلك قد ينتج أفرادا يملكون وعيا عالميا على حساب الخصوصيات المحلية، إن هناك العديد من السلبيات التى أفرزتها هذه الشبكات ومنها تقلص الزمن الاجتماعي المخصص للعلاقات الاجتماعية وبروز بعض السلوكيات «المنحرفة» كانتحال الشخصية وسرقة البطاقات الائتمانية والتجارة بالأشخاص، الخ[١٧] وعامة، فإن شدة استخدام هذه الوسائل قد يبعد الفرد عن قضاياه المحلية المرتبطة بواقعه المعاش.

إضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي :

تعمل وسائل الاتصال بطريقة غير مقصودة

** وسائل الاتصال طرف في المنظومة الثقافية.
** الثقافة تنبع من القيم، والقيم اساسها الدين.
** الانسان لا يكون مصدر القيم، وانما هو مرتكز تجسد القيم.

على تقليص الزمن الاجتماعي. ويرى بعض الباحثين أن وسائل الاتصال تمارس التفكيك الاجتماعي على اعتبار أن الزمن الذي يقضيه الفرد مع هذه الوسائل يكون بالنتيجة على حساب التفاعل الاجتماعي المباشر. ويحدث مع الزمن أن يألف الفرد هذا النمط من الاتصال فيصبح انعزاليا ويعفي نفسه من المسؤولية الاجتماعية تجاه الآخرين. فقد أوجدت الصحف زمن القراءة. ثم أتت الإذاعة فأضافت زمن الاستماع فقللت بعض الشيء من زمن القراءة. ثم أتى التلفزيون فأضاف زمن المشاهدة فقلل بعض الشيء في الزمنين السابقين. ثم أتى الحاسب والشبكات المعلوماتية فأضافت زمن التصفح. ونكون هكذا قد اقتربنا من ما سماه فيراروتي بنهاية المحادثة[١٨] والاتصال الشخصي المباشر.

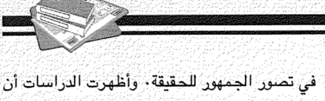
** كلما ارتقت الثقافة الى مستوى القيم كلما ارتبطت بالدين ضرورة.
** الرسالة اساس عملية الاتصال، وهي المرجع في ضبط العلاقة بين الثقافة ووسائل الاتصال.

إضعاف دور قادة الرأي والفكر :

ارتبطت الصحافة المكتوبة عامة والعربية خاصة تاريخيا بقادة الرأي ورجال الأدب والثقافة والإصلاح، فقد ارتبطت الصحف في بداية نشأتها بالشخصيات الثقافية التى أسستها. وحديثا، تقلص دور هؤلاء وأصبح المرسل مؤسسات إعلامية كبرى. وساهم في ذلك ارتباط المهنة الصحفية المعاصرة بالتخصص الى جانب ظهور أنواع أخرى من قادة الرأي في مجالات خارجة عن الرأي والفكر. وعامة فإن وسائل الاتصال تتحرك كمؤسسات ويكون دور المرسل فيها عاملا مكملا، وأصبحت وسائل الاتصال مؤسسات تضم اعدادا من المحررين والمخرجين والفنيين الذين يشاركون كمجموعة في إنتاج المادة الإعلامية وتسويقها.

تقمص أدوار النجوم السينمائية وغيرها:

يبرز تقمص الأدوار في تقليد الممثلين و«الشخصيات» التى يصنعها الإعلام عامة. وقد أورد الباحث باندورة صاحب نظرية التعلم الاجتماعي أن تأثير وسائل الاتصال يكمن في



التقمص (modeling). ويعني ذلك أن الجمهور يلاحظ ويشارك تجربة الآخر ثم يتخذ ذلك نموذجا[١٩]. أما التأثير السلبي فيكمن في طبيعة صاحب القدوة فيما إذا كانت صفاته قيمية أو غير ذلك.

المعيارية والاستهلاكية :

أوردت النظرية النقدية أن وسائل الاتصال تحدث التأثيرات المعيارية والاستهلاكية في المجتمع المعاصر. تعني المعيارية (standardization) قولبة الثقافة في شكل بضائع متجانسة قابلة للاستهلاك العام، فالعناصر الثقافية التى لا تتوافق مع ما هو معياري تستثنى ولا تسوق بناء على ذلك، الشيء الذي يضعف التنوع الثقافي عامة. وتظهر الاستهلاكية في الدور الذي تمارسه وسائل الاتصال في إحداث أو تعزيز النزعة المادية بترويج عملية بيع السلع والخدمات بصفة مباشرة عبر الإعلان أو بصفة غير مباشرة عبر أنماط الحياة التى تردها الأفلام والمسلسلات.

المزج بين الرمزي والحقيقي:

إن محتويات وسائل الاتصال ليست هي الواقع في حد ذاته بل هي تعبير عن الواقع، ويحدث التأثير السلبي عندما يتم المزج بين العاملين فيصبح الرمزي هو الواقع عند المتلقي. وقد أظهرت نظرية التثقيف أن العالم الرمزي الذي تعرضه وسائل الاتصال يؤثر في تصور الجمهور للحقيقة. وأظهرت الدراسات أن الأطفال في المراحل المبكرة من العمر يصدقون ما يشهدونه في الأفلام والرسوم المتحركة على أنه حقيقة ويتأثرون به في سلوكياتهم. ودلت الدراسات أن الكبار الذين يتابعون الأخبار بكثرة يشعرون أن العالم أقل أمنا مما هو عليه في الحقيقة. وقد عبر جربنر عن ذلك بقوله أن بعض هذه المحتويات تحدث «محيطا خاطئا من الخوف» أي أن هذه الوسائل تنشىء بفعل هذه المحتويات «حقيقة عنفية»[٢٠].

إضعاف الحساسية تجاه الممنوعات الثقافية:

إن بعض محتويات وسائل الاتصال كأفلام العنف والجنس واللغة التى تخل بالقيم تعمل مع الزمن على إضعاف درجة الانفعال أو المقاومة التى تصاحب هذه المحتويات في بداية أمرها. ويرى الباحثون في المجال أن التلفظ بالعنف يعد الى حد ما مشاركة فيه، فذلك يعد مقدمة لما قد ينجر عن ذلك من سلوكيات. وعلى هذا الأساس، عمدت العديد من الثقافات الى وضع حدود لما لا يمكن التلفظ به خشية تحول ذلك الى الفعل. وبين هؤلاء الباحثين أن تكرار الرسالة التى تخرج عن سياق الثقافة قد يؤدي الى إضعاف الحساسية (desensibilization) ومن ثم لا يقدر المتلقي على نقد الرسالة أو الشك فيها. ويدخل في إطار ذلك تأثيرات أفلام العنف والجنس إذ أظهرت الدراسات هذه التأثيرات السلبية العديدة[٢١] التى تبرز في أشكال التقمص (تقليد

الصفات السلبية)، التعلم (مثل تعلم مهارات السرقة مثلا) والتحفيز والتعزيز (بإثارة النزعات العدوانية التى قد تكمن في الفرد)[٢٢]٠

الفجوة الإعلامية :

أظهرت نظرية الفوارق المعرفية أن مستويات الاستفادة الإعلامية (المعرفية والمعلوماتية) تختلف من شريحة اجتماعية الى أخرى. فالأكثر «معرفة» أكثر استفادة إعلاميا من الأقل معرفة. ويتبين أن وسائل الاتصال قد تفيد الجميع على السواء في المدى القصير، لكنها تفيد الأكثر معرفة أكثر من غيرهم على المدى المتوسط والبعيد. ويعني ذلك أن وسائل الاتصال تزيد في تعميق الهوة بين الأكثر معرفة والأقل معرفة.

**** ادمان التلفزيون ينتج عنه قلة التفاعل الاجتماعي المباشر مع الآخرين. ** الاكثار من مشاهدة التلفزيون يعطل التفكير ويحول المشاهد الى مجرد متلق.**

الإدمان على الوسيلة :

يتضح أن شدة الارتباط بالوسيلة الإعلامية يكون على حساب المسؤوليات الاجتماعية الأخرى. وقد برز هذا الانشغال مع التلفزيون والفيديو ثم ازداد مع الحاسب. وتقدر الدراسات الغربية أن الفرد يشاهد التلفزيون بما معدله ست ساعات يوميا. وحديثا، تشير الدراسات الى أن الحاسب قد يتجاوز التلفزيون في عدد الساعات المخصصة مع هذه الوسيلة. ويترتب عن هذا الإدمان قلة التفاعل الاجتماعي المباشر وما لذلك من أثر في إضعاف الروابط. الى جانب ذلك، قد بينت الدراسات التربوية أن هناك علاقة ارتباطية بين كثرة مشاهدة التلفزيون وضعف الأداء المدرسي عند الأطفال.

منع الفرد من نقد ذاته أو تغييرها:

إن شدة تعلق الفرد بوسائل الاتصال قد يدفعه الى التفريط في معالجة واقعه. فوسائل الاتصال تشغله عن الاهتمام بعالمه الذاتي وإصلاحه أو تغييره. ويكون هذا التأثير سلبيا على اعتبار أن هذه الوسائل تلهيه أو تحول انتباهه الى قضايا قد تكون ثانوية على حساب ما يجري في محيطه المباشر.

التركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى في الوسائل المسموعة المرئية:

أوجدت الوسائل المسموعة المرئية وبالأخص السينما والتلفزيون والفيديو ثقافة تعتمد أساسا على الصورة. وتلعب حاسة العين دورا أساسيا في استقبال محتويات هذه الوسائل. إن طبيعة الاستقبال وحجمه ووتيرته تفرضه الوسيلة الإعلامية لا العين وذلك عكس القراءة إذ تتحكم العين في عملية

القـراءة وزمنهـا. يتـرتب عن سطو الوسـيلة أن تستسلم العين وتبقى سجينة مقتضيات هذه الوسيلة. وتبين أن شدة سكون العين وارتباطها بالصورة التلفزيونية يضعف عملية التفكير ويصبح المشاهد كائنا ساكنا في أدنى مستويات نشاطه الذهني. وقد بينت الدراسات النفسية والتربوية أن هناك علاقة بين كثرة مشاهدة الأطفال للتلفاز والكسل الذهني وضـعف الأداء المدرسي. وفي منظورنا، فإن القيمة ارتبطت بالكلمة المسموعة التى تتضمن الجهد قصد الارتقاء الى أسمى المعاني الممكنة، أما التصوير، ففيه تجسيد وتقليص للمعنى[٢٣] وقد أشار ماكلوهان في سياق مشابه أن التلفزيون وسيلة باردة فلا تتضمن التفاعل الجدي ولا يبذل المتلقي جهدا يذكر في تلقي الرسالة، فالعين تبقى مشدودة نحو الصورة وينزعج الفرد لو أتينا بينه وبين الصورة بينما تكون القراءة اتصالا ساخنا إذ يكون النشاط الذهني واسعا في فك مضمون الرسالة.

الخاتمـــة :

اتخذت هذه الدراسة النظرية منهج القيم في دراسة العلاقة بين الثقافة ووسائل الاتصال وأظهرت أنه يمكن دراسة هذه العلاقة انطلاقا من منهج أولوية الثقافة على وسائل الاتصال. وبينت الدراسة أن هناك جاذبية بين الثقافة ووسائل الاتصال على اعتبار أن الثقافة تمثل العالم المعاش بينما تمثل وسـائل الاتصـال العـالم الرمزي. وأظهرت الدراسة أن انتقال الثقافة الى وسائل الاتصال عملية بنيوية تتولد عنها تأثيرات إيجابية تارة وسلبية تارة أخرى وفق المنظور المعياري الذي استخدمناه والقائم على الربط الملازم بين محتويات وسائل الاتصال والقيم. وقد وظفنا بعض النظريات الإعلامية في تفسير بعض هذه التأثيرات دون الإخلال بالمنهج المستخدم في هذا العرض. وأوضحت هذه الدراسة أن محتويات وسائل الاتصال تحمل ما يسميه البنيويون بالتضاد الثنائي. فهذه الأخيرة يمكن أن ترتبط بنظام من القيم فيكون التأثير إيجابيا أو عكس ذلك.

الهوامش :

(*) نستخدم مصطلح

**** تحييد القيم أو ابعادها كعوامل مؤثرة، يضر كثيراً بالمنظومة الاجتماعية.**

**** جمهرة الثقافة تعنى كسب الجمهور على حساب النوعية.**

**** وسائل الاتصال تساعد على ما يسمى بالتفكيك الاجتماعي.**

**** اضعاف درجة الانفعال والمقاومة، واحدة من سلبيات الإعلام.**

وسائل الاتصال للدلالة على وسائل الإعلام كالإذاعة والتلفزيون وعلى وسائل الاتصال الأخرى كالهاتف والاتصالات عامة.

(١) Alfred McClung Lee, Principles of Sociology (New York: Barnes and Noble Books, n.d.), 206.

(٢) Donald Light, Jr. and Suzanne Keller, Sociology (New York: Alfred K. Knopf, 1982), 83.

(٣) تعريف كروبير وكلالهون في: محمد على محمد وآخرون، المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٥)، ١١٠.

(٤) تعريف تايلر في: محمد، المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية، ١١٠.

(٥) Scott G.McNall, The Sociological Perspective (Boston: Little, Brown and Company, 1968), 55.

(*) اختصار لتعبير الزمان والمكان.

(٦) د. عبد الرحمن عزي، «ماهية الظاهرتية الاجتماعية وفضاء الحياة العربية»، حوليات جامعة الجزائر، العدد ٣، ١٩٨٨ ـ ١٩٨٩.

(٧) عبد الرحمن عزي، «ثقافة الطلبة والوعي الحضاري ووسائل الاتصال، «المستقبل العربي، ١٦٤، (١٩٩٢م)، ٣٤ ـ ٦٨.

(٨) عبد الرحمن عزي، «التحليل النقدي والبنية المؤسسية في المجتمع العربي، حوليات جامعة الجزائر، العدد ٩، ١٩٩٥.

(*) يرى د. الربيع ميمون، أستاذ الفلسفة بجامعة الجزائر، أن الفلسفة تناولت موضوع القيم فيما عرف بفلسفة القيم، وأدرج بعض الفلاسفة القيمة في إطار عالم الوجود، كما أدرجوا الحق في إطار علم المنطق، والخير في علم الأخلاق، والجمال في علم الجمال، الخ. فاعتبروا الوجود قيمي، والقيمة «حقيقة لا يمكن فصلها عن الوجود ولا فصل الوجود عنها». يستتبع ذلك أن الأشياء لا وجود لها بالنسبة للإنسان (إلا لأن) لها قيمة. ونجد في هذا الفرع من المعرفة (أي الفلسفة) من يرى أن القيمة تظهر في «الأفعال والأشخاص والموجودات»، ومن يرى أن القيمة «ليست من الموضوعات العقلية التى تتطلب البرهنة عليها لإثباتها» فهي «تتجاوز العقل، ولا يستطيع العقل أن يحيط بها، وإن كان هو الذي يجعلنا ننقاد إليها ونخضع له بأنواره». وقد جعلها أبو حيان التوحيدي تتمثل في الدين والخلق والعلم، «فالدين جماع المراشد والمصالح، والخلق نظام الخيرات والمنافع، والعلم رباط الجميع» أنظر في هذا الشأن: الربيع ميمون، «عالم القيمة أو الإنسان بالحقيقة»، «حوليات جامعة الجزائر، العدد ٥، ١٩٩٠ ـ ١٩٩١، ص ٥٤ ـ ٦٠.

(٩) Abderrahmane Azzi, Development: Ethical Competence in the Information Age, Islamic



Studies, 7:1, 1998.

(١٠) أهم مــؤلفــاته (Understanding Media) الذي ترجم الى اللغة العربية.

(١١) John Vivian, The Media of Mass Communication (Boston: Allyn and Bacon, 1991), p..9.

(١٢) د. محـمـد بن عبـد العزيز الحـيزان، استخدامات سكان مدينة الرياض للاتصال الهاتفي، دراسة غير منشورة، الرياض، ١٤١٨، ص٣١ ـ ٣٩.

(١٣) Denis McQuail and Sven Windahl, Communication Models for the Study of Mass Communication (New York, Longman, 1984), 81 - 83.

(١٤) خالد الفرم، شبكة الإنترنت وجمهورها في مدينة الرياض، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، الرياض ٢٠٠٠.

(١٥) Raymond Gozzi, Jr., Mass Media Effects in High - and Low - Context Cultures, in Felipe Korzenny and Stella Ting. Toomey, Mass Media Effects Across Cultures, (London: SAGE publications), 1992.

(١٦) د. نبيل على، الثقافة العربية وعصر المعلومات، (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، مطابع الوطن، الكويت ٢٠٠٠)، ص ٣٤٤.

(١٧) Margaret Mannix "The Dark Side of the Internet", Newsweek, 28-8-2000, 36-45

(١٨) Franco Ferrarotti, The End of Conversation: The Impact of Mass Media on Modern Society, (New Uork: Greenwood Press), 1988.

(١٩) Albert Bandura, "Social Learning Theory," in http://www.afirstlook.com/archther.com

(٢٠) نفس المصدر السابق.

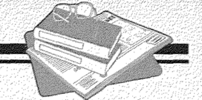
(٢١) David K. Perry, Theory and Research in Mass Communication: Contests and Consequences, (New Jersey: Lawrence Publishers, 1996), 171-185

(٢٢) Malvin L. De Fleur, Sandra Bell-Rakeach, Theories of Mass Communication, (New York: Longman, 1982), 200-215.

(٢٣) لمزيد من التفصيل عن أولوية السمع عن البصر، راجع دراساتنا :

د. عبد الرحمن عزي، «الإعلام والبعد الثقافي: من القيمي الى المرئي»، التجديد، العدد ١، ١٩٩٧، ص ١٢٥ ـ ١٤٥. و

د. عبد الرحمن عزي «قراءة ابستمولوجية في وسائل الإعلام» ، المستقبل العربي، العدد ٨ ،



الإعلام الاسلامي في مواجـ

أهم ما يميز عالمنا الحالي أنه اختصر المسافات الزمنية والمكانية فأصبح بمثابة قرية يعرف كل فرد فيها ما يدور في محيط شوارعها او في داخل منازل جيرانه، فما يحدث مثلا في اليابان من أخبار مفرحة أو مفجعة قد يشارك في سماعها أو رؤيتها في دقائق من يعيش في استراليا أو القطب الشمالي أو الجنوبي أو في أقصى القارة السوداء، ويحدث هذا بفضل الله ثم بفضل ما آلت إليه تقنية الاتصالات الهائلة من تقدم مذهل مكنت وسائل الاتصال من تبوء مكانة عظيمة على سطح هذا الكون لم تشهدها من قبل.

ولذلك يحق لنا أن نطلق على إعلام اليوم سلطان العصر المتحكم في أرضه وفضائه، فهو ليس فقط قد

بقلم : **د. حسن علي الأهدل**
مدير الإعلام والعلاقات العامة والمؤتمرات
رابطة العالم الإسلامي - مكة المكرمة

تمكن من أن يصل الى المتلقي في أي زمان وفي أي مكان وُجد، وإنما استطاع ان يسيطر سيطرة مطلقة على عقله وتفكيره، وهو كما يقول مارشال ماكلوهان قد تحول الى جزء رئيس لحياة الفرد ونشاط يومي لا يمكن أن يعيش أي إنسان دون أن يتعامل مع إحدى وسائله المنتشرة في كل مكان، وقد نجح الإعلام في توظيف الأجهزة التابعة له لخدمة ما يؤمن به من أفكار أو لدعم قضية معينة يريد أن يفرضها على المتلقين أو يكسب تأييدهم، فمن خلال عرض مادة على قناة فضائية مثلا قد تتحرك مشاعر الناس وأحاسيسهم وتوجه الوجهة التى يريدها القائمون عليها دون كبير مقاومة من المتلقين أو منحهم فرصة للتفكير والتأمل، ولا نجانب الحقيقة لو قلنا إن من يملك مفتاح هذا الإعلام ذي القوة الجذابة والتأثير الطاغي يستطيع أن يمتلك العالم كله، إذ به تروج وترسخ الأفكار والثقافات والعادات المختلفة، ومن خلاله تحقق الغايات أيا كان نوعها وبأسلحته المتعددة تنهزم الأعداء.

وكأي وسيلة في عالمنا المعاصر يمكن أن تسخر للخير أو الشر لم يخل الإعلام من أن يستغل

ـهة التشويه

لتحقيق أغراض مشبوهة في تسيير أفراد المجتمعات التى يخاطبها بالشكل الذى يريده سواء من خلال سياسات يرسمها من واقع رغبات ذاتية أو حزبية أو دينية أو ترويج أنماط جديدة من السلوك الشاذ كمادة إعلامية مسموح بنشرها على الرغم من تعارضها مع الأخلاق أو الدين أو التقاليد، وهكذا أصبح الصراع على الساحة الإعلامية على أشده بين الحق والباطل، وأضحت الغلبة لمن يملك الحجة الأقوى والبلاغة الجيدة بغض النظر عن عدالة ما يطرح أو مصداقيته، ومن يبرع في طرح قضيته يصل الى قلوب المتلقين من أقصر الطرق، ليس مهما من وجهة نظر القائمين على الإعلام المعاصر ترسيخ مفهوم العدالة أو الأخلاق بقدر ما هو مهم الكسب المالي وتنفيذ الخطة الإعلامية التى يتبناها كل جهاز حتى ولو تطلب الأمر محاربة الأخلاق والقيم وتقويض كيانها، فمثلا ما كان في السابق يندرج تحت مالا يسمح برفع الغطاء عنه أصبح مادة رئيسة لا يمكن لإعلام كثير من الدول أن يستمر بدونها حتى لو تحولت الأخلاق الى دناءة والدناءة الى حرية شخصية، وقد وصل السوء حدا في بعض الأجهزة الإعلامية أن أصبحت وسيلة في يد كل من يدعو للحرية المزعومة التى تطرح على الساحة الفكرية وضد كل من يدافع عن الدين أو القيم، وتحول الإعلام عند البعض الى أداة لنشر الرذيلة والعداء للأديان السماوية، كما أضحى وسيلة لغسل عقول الأفراد في المجتمعات جميعا لإبعادهم عن الأخلاق والفضيلة وباختصار يمكن القول إن الإعلام أصبح عند البعض دينا يعبد ومنهجية توجه متلقيها أينما اتجه دون أهمية تعطى لرأي عاقل أو فكر سوي.

أما المتلقي فلم يعد له خيار في تقبل ما يرد إليه عبر وسائل الإعلام إذ أصبح من المسلم به لديه أن كل ما يأتي عبر هذه الوسائل حقيقة لا يمكن مناقشتها أو رفضها حتى ولو وصل الحال الى إلغاء خصوصيات المجتمعات الدينية والتراثية أو كان في ذلك تدخل في سلوكياتهم وعاداتهم وأطعمتهم ونظم حياتهم بل أصبح هذا المتلقي يقضي معظم يومه يستمع أو يشاهد أو يقرأ ما يأتي به هذا الإعلام من مادة غثة أو سمينة ويتفاعل معها ويجعلها مادة لحديثه مع أهله أو أصحابه، ولعل هذا الواقع في التأثير الإعلامي على عقل الإنسان من مفرزات العولمة وتياراتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية التى فرضت نفسها على الإعلام بهذا الشكل العالمي الشامل.

** الاعــلام اصبح حتمية من حتميات هذا العصر.. لا أحد يتجاوزها.

** الاعــلام الجماهيري لا يعطي المشاهد فرصة للتروي والمراجـعـة.

** من يملك مفاتيح الاعلام يمتلك العالم كـلـه.

** الصـراع على الساحة الاعلامية اصبح على اشده بين الحق والباطل والخير والشر.

ولنا بعد هذا الاستعراض للإعلام العالمي الحالي أن نتساءل: أين نقع نحن المسلمين في منظومة هذا الإعلام؟ الواقع نحن نكون مادة دسمة من مواد أجهزة هذا الإعلام العالمي، فذخيرة كبيرة من الأخبار والبرامج والأفلام التى هي خليط من الحقيقة والتشويه عن المسلمين والعرب تأخذ حيزا واسعا بشكل يومي، سواء على شاشات القنوات الفضائية العالمية أو الصحف الكبيرة، وقد لا يكون تجنيا لو قلنا إن معظم هذه المواد تتناول الجانب المظلم للمسلمين أو تتحدث عن مآسيه ومشاكله وغيره ولا تمثل الواقع الفعلي للإسلام الحقيقي أو مبادئه، كما أن هذا الإعلام يتعامل في معظم الأحيان مع قضايا المسلمين بالتجاهل وإلصاق التهم الباطلة والتحامل والتضليل وتشويه الحقائق وقلبها.

ولكن لماذا يحدث هذا؟ ما الذي جعل هذا الإعلام العالمي الذي تمسك زمامه وتسير أموره المؤسسات الإعلامية الغربية يتعامل إعلاميا مع العرب والمسلمين بهذه السلبية الواضحة؟ أعتقد أن ذلك يرجع الى أن هناك أفكارا مغلوطة توارثها أو اكتسبها العالم الغربي من خلال اصطدامه الحضاري أو الديني أو السياسي أو العسكري مع العالم الإسلامي مازالت مترسبة ومسيطرة على العقلية الغربية من خلال التغذية المستمرة لها عبر وسائل الإعلام وعبر التعليم في المراحل المختلفة وعبر الكتب والنظريات التى تؤجج صراع الحضارات بين الإسلام والمسيحية مثل نظرية صموئيل هنتنقتون وغيره ولا شك أن العداء التاريخي والتقليدي بين المسلمين والغرب الذي نتج عن الحروب الصليبية والنزاعات والأطماع الغربية في ثروات المسلمين في السابق وفي الوقت الحالي ساهم بشكل أو بآخر في زيادة مساحة الفجوة بين الجانبين، ولا ننسى عاملا مهما يسهم في تنافر ثقافي بين الشرق والغرب، وهو تباين أنماط الحياة بينهما خاصة في العادات والتقاليد والسلوك، أضف الى ذلك عوامل

استراتيجية وسياسية أخرى كالتدخل في الشؤون الداخلية للبلدان العربية وأطماع الدول الكبرى في مناطق المسلمين، هذه الأمور جميعا أو منفردة تنعكس على الإعلام الغربي بشكل جلي وترسم بصورة عامة السياسة العليا للإعلام الغربي في تعامله مع العرب والمسلمين، ورغم أنها قد تتأثر بعوامل آنية قد تخفف من حدة التصادم أو تزيده إلا أن هذه هي السمة الغالبة على الإعلام الغربي، وينبغي أن لا ننسى دور اليهود الواضح في تغذية هذا العداء كلما سنحت الفرصة أو افتعلت واحدة لا سيما وأنهم في وضع إما مسيطر أو متحكم في المواقع الرئيسة لاتخاذ القرار في المؤسسات الإعلامية الضخمة في العالم، كما أن هناك قائمة من الشبكات الإعلامية المجندة يمتلكها يهود تسهم بمالها ونفوذها في خلق مفاهيم مغلوطة عن المسلمين يروج لها عالميا كلما سنحت الفرصة، وذلك من أجل التأثير على شعوب العالم لإلصاق تهم الإرهاب والتخلف على الإسلام وأهله وتأليب بقية الشعوب عليهم وللأسف لم يسلم من هذه الأفكار المغلوطة عن الإسلام حتى البعض من أبناء المسلمين الذين لم يفتهم باسم التحضر أن يحذوا حذو الإعلام الغربي في مهاجمة الدين الإسلامي أو تفسيره حسب أهوائهم أو بما يتماشى مع ما تلقفوه عبر الإعلام والثقافة الغربية.

ويمكن أن نلخص أهم المواضيع المغلوطة التي يتبناها الإعلام الغربي في نظرته للعرب والمسلمين من خلال ما يلاحظ على أجهزته المختلفة أو يوظفها في أدواته المتعددة في الآتي:

١ - الإسلام يدعو الى التعصب والتطرف وعدم تقبل الطرف الآخر.

٢ - الإسلام ضد الحرية الشخصية مثل حرية العقيدة وحرية التعبير.

٣ - عدم احترام المسلمين لحقوق الإنسان.

٤ - مفهوم الجهاد في الإسلام يعني الاعتداء على الغير.

٥ - الدين الإسلامي دين الإرهاب.

٦ - المرأة مضطهدة عند المسلمين.

٧ - المسلمون قوم متخلفون لا يقيمون وزنا للحضارة ويكرهون التقدم الذي يتمتع به الإنسان الغربي.

ومن هذا المنطلق امتلأت الساحة الإعلامية الغربية بمواد إعلامية كثيرة تهدف في مجملها تشويه صورة الإسلام والمسلمين، نذكر بعضا منها على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر:

١ - كاتب فرنسي يدعى ميشال هويلبيك أصدر تصريحات مسيئة للعرب والمسلمين وذلك من خلال برنامج أدبي بثته القناة الثانية في التلفاز الفرنسي قبل أسابيع وكان هذا الكاتب قد ألف كتابا يحمل عنوان Plate - Form حيث بث فيه سمومه ضد

الإسلام والمسلمين، كما نشرت له مقابلة بنفس الغرض في مجلة لير الفرنسية حيث قال «إن الإسلام هو أسخف الديانات»

٢ ـ في استراليا يبث التلفاز الاسترالي بين حين وآخر مشاهد تسخر من المسلمين وهي عبارة عن مادة كوميدية تسيء للمسلمين وتسمهم بالإرهاب والتخلف، ومثل هذه المادة الكوميدية ليست قصرا على التلفزيون الأسترالي وإنما تظهر بين حين وآخر على كثير من القنوات الأوروبية والأمريكية.

٣ ـ مجلة التايمز الأمريكية نشرت صورة للنبي {صلى الله عليه وسلم} وذلك في العدد الصادر بتاريخ ١٦ أبريل من العام الحالي.

٤ ـ هناك ٤٥ إذاعة موجهة بـ ٢٨ لغة ولهجة مختلفة هدفها تشويه صورة الإسلام والمسلمين وتقديمه للعالم على أنه العدو الأخطر على الشعوب كما أن هناك أكثر من ١٠٠ كتاب يصدر في الغرب سنويا ضد الإسلام وأنتجت هوليود ٧٠٠ فيلم تكلفة كل فيلم أكثر من ٨٠ مليون دولار كلها ركزت على تشويه صورة الإسلام مع التأثير على الذهنية الأمريكية وإظهار المسلم على أنه شخص دموي إرهابي متطرف ومصدر للعنف وخطر على أمن العالم والحضارة الغربية.

٥ ـ على الانترنت موقع أمريكي مشهور للإعلان يسيء الى الإسلام حيث يصور المسلمين وهم يؤدون الصلاة وقد وضعت تحت صورتهم عبارة «باستخدامكم موقعنا ستكونون عملاء أكثر إخلاصا منا».

٦ ـ أسقف نمساوي يشن هجوما شديد اللهجة على الإسلام في الصحف ويدعو الى اجراءات أمنية صارمة ضد المساجد ويصف الإسلام بأنه مطبوع بالتعصب والقومية وأن المسيحيين لديهم مقياس إنساني أفضل من المسلمين (جريدة العالم الإسلامي العدد ١٧١٨ تاريخ ١٤٢٢/٧/٢٥هـ).

ولنا أن نقول ليس غريبا أن يسعى الغرب المادي الى محاولة تدمير قيمنا وهدم فضائلنا وتشويه فكرنا وتغييب وعيينا وضرب رموزنا باسم الحضارة والنظام العالمي الجديد، وليس أمرا مستبعدا أن يركز الإعلام الغربي على البرامج والقضايا التى تصب في خانة تأليب الناس وإشعال الصراع بينهم جميعا وبين المسلمين باعتبارهم متخلفين لا يقيمون وزنا لحضارة الغرب إلا بالقدر

** الغلبة غدت لمن يملك الحجة الاقوى والبلاغة الجيدة، والاثارة الجاذبة.



الذي يخدم أغراضهم وحاجاتهم، فقد تأصل هذا العداء للإسلام دين العدالة والقيم والأخلاق من قبل الغرب منذ القدم ربما بسبب أن دين الإسلام يروج للفضيلة ونبذ الرذيلة ويؤكد على الحق والعدالة مما يجعله يتنافى مع سياسة الإعلام في النظم الوضعية التى تروج لمبادىء تتنافى والقيم الأصلية بعيدا عن الصدق والموضوعية ووفق مصالح وأهداف هي في واقعها تشكل خطرا على الإنسانية، إذ باعتراف العقلاء منهم تهدد القيم وتنخر الأخلاق وتزعزع الثوابت الدينية.

غير أن من الإنصاف أنه على الرغم من الحملة الإعلامية الشرسة التى تشن هذه الأيام ضد الإسلام والمسلمين وتأخذ طابعا عدائيا في معظم الأوقات أن نشير الى أن الساحة الإعلامية في الغرب لا تخلو من برامج منصفة ظهرت في بعض القنوات الغربية تعترف بأن الإسلام هو دين قيم يشترك مع بقية الديانات في العديد من المثل العليا.

(العالم الإسلامي العدد ١٧١٨ في ٢٥/٧/١٤٢٢هـ)، ولابد من أن نشيد بجهود المنظمات والهيئات الإسلامية العالمية وبجهود الجالية المسلمة المقيمة في الغرب في تحسين صورة الإسلام والمسلمين في الغرب والتأكيد على أن للإسلام خصوصيات وثوابت عظيمة عقدية وأخلاقية حافظ عليها المسلمون منذ البعثة المحمدية، وأن هذه الثوابت لا يمكن التخلي عنها مهما حصل في هذا

الاعلام عند البعض اصبح دينا يُعْبَد ومنهجية توجه.

العالم من تغيرات وتنازلات، وأن التفاهم مع الغرب يظل ممكنا في ظل وجود الكثير من الأمور المشتركة التى يمكن الاتفاق حولها، وقد تمكن البعض من الجانبين بالفعل من تحقيق بعض النجاح من التقارب، متناسين أوجه الخلاف ومؤمنين أن لكل فئة خصوصياتها التى لا يمكن أن تتخلى عنها.

والسؤال الذي يطرح نفسه في هذا المجال هو ما هي مساهماتنا الفعلية نحن المسلمين في استخدام وسائل الإعلام المتعددة في خدمة أغراضنا وأهدافنا أو في تحسين صورة الإسلام ضد التشويه الملحوظ في أجهزة الإعلام العالمي؟.

للأسف، الإجابة على هذا السؤال تتلعثم على الشفاه لأن اعلامنا ما يزال يدور في نطاق محلي وإقليمي إذ يخاطب نفسه ويعتمد على ردود الأفعال كلما حدثت على الساحة قضية تمس كيانه، كما أن وضعه التقني والفني الحالي لا يبشر بقدرته على أن

** في الاعلام المعاصر، ليس مهما ترسخ العدالة أو الاخلاق بل الاهم تنفيذ الخطة الاعلامية الموضوعة.

** خصوصيات الشعوب الثقافية والحضارية والدينية اختفت كثير من ملامحها ومميزاتها.

ينافس أجهزة الإعلام العالمية المتحكمة في وكالات الأنباء والصحافة العالمية والقنوات الفضائية والإنترنت لما تملكه هذه الأجهزة من تقنية عالية وقدرات بشرية مدربة وتأثير طاغ، مما يمكنها من أن تنفرد تماما بالساحة الإعلامية في العالم، أضف الى ذلك أن معظم وسائل الإعلام في العالم الإسلامي هشة في تعاملها مع قضايا الأمة لا تكترث كثيرا بها، مقلدة في عرضها وطرحها لما ينشر أو يبث، تابعة في اخلاقياتها وثقافتها للفكر الغربي، فكم من قضية عربية أو إسلامية لم تحسن التعامل معها هذه الأجهزة وكم من قنوات فضائية وصحف كبيرة تملكها شركات عربية إسلامية لا يمكن أن نقول عنها سوى أن ضررها أكبر من نفعها إذ تقدم غثاءاً كثيرا يعتمد كثيرا في برامجه اليومية على الإعلام الغربي كمصدر للمعلومات والأخبار والتقارير وغيرها، حتى إن المرء لا يكاد يشاهد إحدى هذه الفضائيات أو يقرأ إحدى الصحف إلا ويظن أنه يتعامل مع قناة غربية أو صحيفة تتبنى مواقف مغايرة لأهداف الأمة أو لا تتوافق مع الرأي العام العربي أو الإسلامي.

غير أن خطورة سياسة الإعلام الحالي في عالمنا الإسلامي أكثر ما تكمن فيما يلاحظ من تأثير سلبي على اهتمامات ونظرة الكثير من أبناء الأمة تجاه قضاياهم، إذ لم يعد مستغربا أن نستمع لرأي من مثقف عربي عن أحقية اليهود في العيش في اسرائيل أو تطبيع العلاقات معهم أو من يلوم الفلسطينيين على الانتفاضة أو غيرها أو من يؤيد غير المسلمين في قتلهم للمسلمين الأبرياءفى أكثر من موقع من عالمنا الإسلامي، أو يكرر عبارات الإعلام الغربي في وصف المقاومة المشروعة بالإرهاب، فقد خرج إعلامنا عن رسالة الإعلام المعروفة ومارس سياسة توجيه عقول أبنائنا بعيدا عن هموم الأمة، وبما يتوافق مع الإعلام الغربي المسيطر، ولم يقف الأمر عند هذا الحد، وانما بدأت تظهر بعض الأفلام والمسرحيات والبرامج على قنواتنا الفضائية وكذلك بعض المقالات والكتب والروايات التى تسىء إساءة بالغة لديننا، وتحوي مغالطات كثيرة نذكر بعضا منها:

١ ـ في ايران اعتقلت مخرجة سينمائية بتهمة الإساءة الى الإسلام والمخرجة هي تهمينة ميلانسي التي أخرجت فيلما يسيء الى الإسلام والمسلمين كما جاء في جريدة الوطن السعودية ١٤٢٢/٦/٢١هـ.

٢ ـ في مصر صادر الأزهر الشريف كتابين أساءا الى الإسلام وانكرا معلومات عن الدين الإسلامي والكتاب الأول «سيدي المسيح عفوا» لمحمود عبد الرزاق عفيفي والثاني بعنوان «الإسلام ليس عقيدة» لمؤلفه عبد الغني محمود. الكتابان يسيئان الى الإسلام ويحملان فكرا خرافيا غير قابل للتصديق، فضلا عن أخطاء في الدين والأخلاق والمجتمع وتطاول على منهجية الإسلام ورسالته السمحاء وفقا لجريدة الوطن السعودية ١٤٢٢/٤/٢٨هـ.

٣ ـ في الباكستان أغلقت صحيفة لنشرها رسالة تسيء الى الإسلام وكانت الرسالة بعنوان «لماذا يكره المسلمون اليهود» تضمنت انتقادات مزعومة لمعاملة النبي محمد [صلى الله عليه وسلم] لليهود، وهذا ما ذكرته الشرق الأوسط في ١٤٢٢/٦/١١هـ.

٤ ـ وكذلك نشرت جريدة الرياض في ١٤٢٢/٦/٢٤هـ أن جنرالا تركيا تطاول على الإسلام ووصف الخلفاء الراشدين بالعرب البدو وجاء ذلك في كلمة للجنرال يالجين ايشيمر بالأكاديمية الطبية العسكرية في أنقرة.

٥ ـ إحدى الفضائيات العربية بلغ بها الاعتماد والإتكالية على الإعلام الغربي درجة لم تمكنها من حذف حتى بعض المشاهد أو العبارات التى تسيء للدين أو الذات الإلهية فقد شاهدت فيلما في إحدى هذه القنوات وقرأت ترجمة لحديث أحد أبطال الفيلم وهو يقول وأعوذ بالله من هذه العبارة «حتى الله لا يستطيع أن يفعل ذلك» ونعلم أن هذه العبارة شائعة لدى الغرب الملحد ولكن ألا ينبغي أن تحذف أو على الأقل لا تترجم الى العربية.

٦ ـ قناة أخرى عرضت فيلما كوميديا عن عائلة امريكية تقتحم حديقة العاب مغلقة للإصلاحات ويأتي البوليس ويسأل الضابط أحد الجمهور «من هؤلاء؟ هل هم عرب؟».

لذا لا غرابة أن يأتي الهجوم على الإسلام من الخارج طالما هناك من أبنائه وممن يحمل اسما مسلما بلغت به الجرأة أن يتطاول على هذا الدين أو على أحد رموزه، وكلنا يذكر سلمان رشدي الهندي البريطاني وروايته آيات شيطانية ولم ننس تسنيمة البنغالية وتهجمها على الإسلام، والأمثلة على ذلك كثيرة ولا مجال لتعدادها والمتتبع لما ينشر في الصحف والمجلات أو في القنوات العربية يجد الكثير من هذا الهجوم المباشر أو غير المباشر على الإسلام ورموزه ولا ننسى قضية مهمة وهي أن فضائياتنا بدأت تقلد القنوات الفضائية الغربية في الهجوم على الأخلاق والعفة، فالدعوة الى التعري وإثارة الغرائز والبعد عن الأخلاق الفاضلة أصبحت وجبة رئيسة

تقدم كل مساء لمشاهدي الفضائيات العربية والإسلامية من خلال ما يعرض في الأفلام والمسلسلات والإعلانات.

الحقيقة التي أري أن أهمس بها في آذان النخبة المسلمة أنه على الرغم من كل ما قيل آنفا أجد نفسي مع قول الشاعر:

نعيب زماننا والعيب فينا

وما لزماننا عيب سوانا

فاللوم لا يقع على الإعلام الغربي حين يستخدم قنواته لمهاجمتنا لأن هذه رسالته وقضيته وما يفعله هو توظيف أجهزته لخدمة هذه القضية، إن اللوم يقع على إعلامنا الذي سمح للإعلام الغربي أن يستغل قنواتنا لضرب مبادئنا وقيمنا، اللوم يقع علينا لأننا تركنا منهجا قويما وراء ظهورنا وبدلنا قولا غير الذي قيل لنا وأصبحنا كالتي نقضت غزلها بعد قوة أنكاثا.. اللوم يقع على أصحاب المؤسسات

**** ٤٥ إذاعة موجهة يبثها الغرب لحرب الاسلام والمسلمين.**

**** اكثر من ٧٠٠ فيلم تنتجها امريكا واوروبا لتشويه صورة المسلمين.**

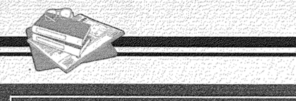
الإعلامية العربية من دول ومؤسسات الذين قصروا تجاه قضايا أمتهم ولم ينجحوا في تسخير الإعلام بالقدر الذي يخدم قضاياهم على الرغم من أن تكنولوجيا الإعلام علم مشاع لمن يدفع، والعالم الإسلامي لا ينقصه المال ولا العلم ولا الكفاءات العلمية.

إن ما نفتقده حقيقة في سياستنا الإعلامية هو وضوح الاستراتيجية التى تسعى الى تنسيق العمل الإعلامي الفعال فيما بين الدول الإسلامية المبني على رغبة جادة في:

١ ـ خدمة قضايا الأمة الإسلامية والدفاع عنها، فمن خلال هذا الإعلام الفعال نستطيع أن ننتصر لأي قضية أو شعب مسلم في أي مكان ضد ما يلحق به من اضطهاد أو ظلم أو سلب للحق.

٢ ـ الاستفادة من الإعلام وتوظيفه لخدمة الحق وربط الناس بالله وتعديل سلوكهم، فالإعلام سلاح ذو حدين يمكن استخدامه كذلك فيما يعود بالنفع والفائدة لأنه وسيلة عصرية متشعبة الجوانب وسريعة الاتصال وسهلة الاستقبال عبر الوسائل الإعلامية المختلفة.

٣ ـ مجابهة تشويه صورة الإسلام والمسلمين التى اعتاد عليها الإعلام الغربي من خلال إيجاد وسائل إعلام متميزة وقوية تنفذ الى وجدان العقل الغربي ويخاطب فكره الذي اعتاد على التشويه.



٤ ـ العمل على تغيير المجتمع المسلم بدءا من التنشئة الاجتماعية والتوجيه التربوي والمعنوي لهم فأي اخلال في وظيفة الإعلام يمكن أن يؤدي الى انعكاسات سلبية على سلوك النشأة، فالإعلام يعبر كل المسافات ويتجاوز كل العقبات ليصل الى هدفه، لذا ينبغي أن يكون من أوليات الإعلام الإسلامي تحصين الفرد المسلم ضد ما يصله عبر الإعلام الخارجي الذي يمكنه من التعامل معه بحذر وحيطة.

٥ ـ تحسين مستوى الإعلام الموجه لأمتنا، وقد يحتاج هذا ا لأمر الى الكثير من الجهد والتكاتف، وكذلك الى تبني سياسة إعلامية واضحة المعالم والأهداف، فوضعنا العام يحتاج الى مراجعة شاملة في سياسته الإعلامية.

٦ ـ التكامل والتعاون بين اجهزة اعلام الدول الإسلامية في تطبيق السياسة الإعلامية التى يتفق على اتباعها والتي تحرص على خدمة أهداف الأمة قبل الأهداف الخاصة لكل بلد.

إن المفهوم الحقيقي للإعلام في الإسلام لا يصدر عن هوى ولا يتبع مصالح خاصة ولا يعتمد على الإبهار والاستمالة وأساليب الجذب التى تستعين بها وسائل الإعلام الغربي، وإنما هو معتدل موضوعي يقوم على الحقيقة والعدل ويرفض الكذب والتشهير والاختلاق ولا يقبل الادعاء دون دليل وفقا لقوله تعالى **{يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا أن تصيبوا قوما بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين}** (الحجرات/٦).

**** رغم كل حملات العداء والكراهية ضد المسلمين إلا أن الاسلام يكسب كل يوم فتحاً جديداً في اوروبا.**

وعلى هذا لابد للإعلام الإسلامي بمنهجه القويم أن يكون ذا صوت قوي ليس عليه أن يستحي أو يخجل من عرض مشاكل أمته على الملأ خاصة وأن أمة الإسلام صاحبة حق ويقين في هذا الوجود اعتمادا على الصلة الوثيقة برسالة الإسلام دون مغالاة بها.

إن الإعلام الإسلامي ينبغي أن يؤمن إيمانا حقيقيا بأنه ينطلق من دين لا يعرف التعصب، بل يدعو الى احترام الرسالات السماوية جميعا ويبتعد عن إكراه الآخرين باعتناقه للمبدأ القرآني {لكم دينكم ولي دين} فيما يدعو الى إقرار حقوق الإنسان وعدم ارهاب الناس أو قتلهم دون وجه حق، ويترجم ذلك عبر إعلامه من خلال توضيح وجهة النظر الإسلامية تجاه التعصب والارهاب.

** بعض الفضائيات العربية والاسلامية ضررها اكثر من نفعها.

فالشبهات التى تثار حول الإسلام والمسلمين بين الحين والآخر والمزاعم الخرقاء التى يقوم بتوظيفها الإعلام الغربي عن عمد تضع الإعلام العربي والإسلامي نفسه أمام تحد صعب، فلا يجب أن يخاطب الإعلام العربي نفسه ومع نفسه كما هو حاصل الآن، بل ينبغي أن يأخذ المبادرة وعدم عرض قضاياه مع العالم الآخر وفق منهجنا المعتاد الذى نعرضه مع بعضنا البعض، بل لابد وأن تكون هناك رؤية أخرى مغايرة لواقعنا ومتفقة مع مفهوم وواقع الإعلام الغربي، وذلك لا يتم إلا بعد دراسة جيدة وعميقة لفكر الإنسان الغربي، وخاصة الإعلامي منه، وكذلك معرفة اهم ما يثار حولنا من مغالطات إذ لابد من التأثير على مفاهيم الغرب والوقوف على كيفية مخاطبته بالصورة التى يتلمسها وتؤثر فيه، فالكلمة أو الصورة المناسبة هي فقط التي لابد وأن تصل الى هؤلاء الذين تعمدوا تشويه الإسلام والمسلمين واستعذبوا ذلك في منتدياتهم ومطبوعاتهم ووسائلهم المختلفة، فإذا كانت الصحيفة والراديو وحتى التلفاز من الوسائل التى يمكن أن يطلق عليها تقليدية، فإن هناك وسيلة سهلة وسريعة تستطيع أن تغزو العقل الغربي مباشرة وتصل إليه من أقرب الطرق، هذه الوسيلة هي الإنترنت، تلك اللغة الحديثة والوسيلة التى لا تعدم الفعالية التى تصل الى الإنسان الغربي بلغته التى يفهمها.

والسؤال الذي يفرض نفسه ملحا: ما مدى قوة الوجود العربي والإسلامي في القنوات والمحطات التلفازية الأوروبية والأمريكية بشكل مباشر أو غير مباشر؟ وما مدى نجاح العرب والمسلمين في استقطاب هذه المحطة أو تلك لقضيتهم أو تحسين صورتهم الإعلامية التى يعمل الأعداء على تشويهها؟ وقد تكون الإجابة على هذا السؤال غير مشجعة ولا تكاد تمثل رقما يمكن أن يشار اليه.

إن إعلامنا الإسلامي يحتاج الى إرادة متوحدة وتمويل جاد وخبرة تنفيذية عالية وتنظيم محكم وإدارة إعلامية واعية ومتخصصة مؤمنة برسالتها الإعلامية وهدفها الإسلامي، وهذا لا ينقصنا، فالخبرات في هذا المجال متوفرة ورأس المال موجود والعقول الشابة المتخصصة موجودة والمبدعون تمتلىء بهم الساحة، بيد أن ما ينقص هذا في نظري هو منظومة فكرية إعلامية واحدة تكون قادرة على رد الفعل وإحداث الفعل قبل رد الفعل وهذا يتطلب



توجها واضحا يحدث العالم بلغة يفهمها نطقا ومضمونا وبأسلوب إعلامي يتفق وروح العصر.

ويمكن أن نلخص أهم وسائل تطوير إعلامنا العربي والإسلامي في الآتي:

١ ـ تحديد الأهداف ووضوح الرؤيا ووضع خطة عملية مدروسة يستعان في إعدادها بذوى الاختصاص من فنيين وإعلاميين ومفكرين وهذه في نظري من أهم الأمور التى يجب أن توضع لرسم سياسة إعلامية لأي مؤسسة إعلامية عامة أو خاصة.

٢ ـ فتح قنوات اتصال وحوار مع غير المسلمين بشكل عام وبين وسائل الإعلام الغربية ونظيراتها الإسلامية من أجل تصحيح صورة الإسلام وتقديم الحقائق لهؤلاء الذين أساءوا فهم الدين وناصبوه العداء دون مبرر، ورصد ومتابعة ما ينشر أو يبث، وسرعة الرد عليه بشكل واضح وموضوعي.

٣ ـ إنشاء قنوات فضائية بلغات مختلفة (شرقية وغربية) وإعداد برامج توجه أو تبث في القنوات الفضائية للدول غير الإسلامية مهمتها مخاطبة المتلقي بلغته على أن يكون تقديم وإنتاج هذه البرامج بشكل مميز وأن تكون رسالتها الأولى شرح حقيقة الإسلام وبيان أن ما يرتكبه البعض من المسلمين لا يعد نقيصة في الإسلام.

٤ ـ التعريف بالقضايا الإسلامية ذات البعد الاستراتيجي للدفاع عنها.

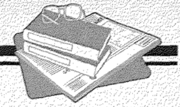
٥ ـ فتح مجالات تعاون مشترك مع المؤسسات الصحفية في الغرب ليتسنى للكتاب المسلمين أو المتعاطفين مع القضايا العربية والإسلامية التعليق أو الرد على ما ينشر في هذه الصحف أو المشاركة بمساهماتهم.

٦ ـ تدريب الكوادر الإعلامية على إعداد وصياغة المواد الإخبارية من وجهة نظر إسلامية وتطويع ما يصلهم من مواد من الوكالات العالمية وفق هذه الرؤيا وليس وفق الرؤيا الغربية.

٧ ـ الاستفادة من وسائل التقنية الحديثة وتذليل العقبات المالية والفنية في سبيل تطوير القدرات الفنية والتقنية لأجهزتنا الإعلامية.

٨ ـ العمل على إنشاء وكالة أنباء إسلامية مستقلة تنافس الوكالات العالمية الحالية يكون لها مندوبون في دول العالم وتتواجد في مناطق التوتر على أن تتحلى بالدقة والمصداقية ونقل المعلومة الصحيحة.

٩ ـ الاستفادة من عالم الإنترنت الواسع وذلك من خلال تأسيس شبكة معلومات كبيرة تشترك في دعمها عدة مؤسسات قادرة على تمويلها تكون مهمتها إعطاء معلومات صحيحة عن الإسلام والإجابة عن استفسارات رواد الانترنت عن الإسلام وتأسيس صحيفة الكترونية تخدم القراء وتنقل أخبار المسلمين بكل صدق وحيادية وغيرها من الخدمات التى يمكن أن تساهم في نقل الصورة الصحيحة للإسلام والمسلمين.



الإعلام الإسلامي .. الواقـ

الإعلام لغة :

هو التبليغ، والإبلاغ أي الايصال، يقال: بلَّغتُ القـوم بلاغـاً أي أوصلتـهم الشيء المطلوب، والبـلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحـديث «بلِّغـوا عني ولو آية»، أي أوصلوا غيـركم واعلموا الآخـرين، وأيضـاً «فليـبلغ الشاهد الغائب» أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقـال أمـر الله بُلِّغ أي بالغ، وذلك من قـوله تعالى ﴿إن الله بالغ أمره﴾ أي نافذ يبلغ أين أريد به[١].

التعريف العام للإعلام :

الإعلام هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادىء التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً، وبالأساليب المشروعة أيضاً لدى كل نظام وكل دولة[٢].

و«أوتو جروت» الألماني يعرف الإعلام بأنه هو «التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت»[٣].

بقلم: **سهيلة زين العابدين حمّاد**

رئيسة لجنة الأديبات برابطة الأدب الإسلامي العالمية – جدة

ولكن واقع الإعلام ينبغي ان يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب الى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون.

أما الاعلام الساعي وراء الكسب المادي فانه يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من الأكاذيب والضلالات وأساليب تهييج الغرائز، ويعتمد على الخداع والتزييف والإيهام، وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة، أو التي تثير الغرائز، وتهيج شهوة الحقد، وأسباب الصراع، فتحط من مستوى الناس، وتثير بينهم عوامل التفرق والتفكك لخدمة أعداء الأمة، وحينئذ يتجه الى غرائزهم لا الى عقولهم، وهذا ما يجري في العالم الإسلامي من خلال جميع وسائله الإعلامية باستثناء بعض القنوات التلفازية، والمجلات الإسلامية، لهذا فالتعريف العلمي للإعلام العام يشمل النوعين الإعلام الصادق والإعلام الكاذب، والإعلام بالخير، والإعلام بالشر، والإعلام بالهدى، والإعلام بالضلال، وبناء عليه يكون تعريف الإعلام هو: كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، خلال

ع .. المستقبل

أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقة أو الإعتبارية، بقصد التأثير سواء عبَّر موضوعياً أو لم يعبر، وسواء أكان التعبير متجهاً لعقلية الجماهير، أو لغرائزها[٤].

تعريف الإعلام الإسلامي :

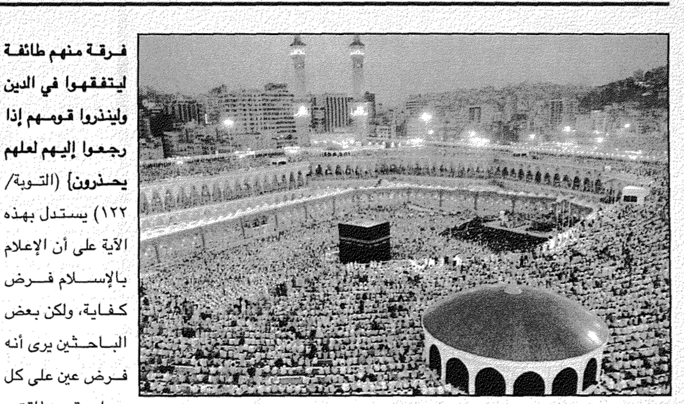
هو بيان الحق وتزيينه للناس، بكل الطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة، مع كشف وجوه الباطل وتقبيحه بالطرق المشروعة، بقصد جذب العقول الى الحق وإشراك الناس في نيل خير الإسلام وهديه، وإبعادهم عن الباطل، أو إقامة الحجة عليهم، وهذا ما تعنيه الآية القرآنية: **{ولا تكتموا الحق وأنتم تعلمون}**، والآية: **{ولا تكتموا الشهادة ومن يكتمها فإنه آثم قلبه}**.

وهكذا نجد أن الإسلام يأمر باعلام الناس بالحق وبالشهادة لصالح الحق، سواء بالاعلام للوحي، وللرسالات السماوية الصحيحة، بالإضافة الى الجاري من أخبار التجارب والثقافات البشرية وكذلك شمول الإعلام لأنواع الاتصال المختلفة كالاتصال الذاتي، أو بين فردين، أو بين فرد وجماعة، أو بين جماعة وجماعة مما سمي بالاتصال الجمعي، وكذلك الاتصال عبر وسائله المسموعة والمرئية والمقروءة. ولكن المسلمين قصروا كثيراً في رسالة الإعلام الإسلامي حتى افتقدناه في الساحة.

الكاتبه في سطور

أ. سهيلة زين العابدين حماد :
- تخصص في التاريخ الاسلامي.
- رئيسة لجنة الاديبات في رابطة الادب الاسلامي العالمية بجده.
- نالت مجموعة من شهادات التقدير من (جامعة ام القرى بمكة المكرمة - مؤسسة قطر للتربية والعلوم وتنمية المجتمع - مهرجان الجنادرية - الاتحاد الاسلامي النسائي العالمي - المؤتمر الثاني للادباء السعوديين).
- لها اكثر من خمسين مؤلفاً معداً للطبع.

من مؤلفاتها المطبوعة:
- مسيرة المرأة السعودية الى أين.
- المرأة بين الافراط والتفريط.
- احسان عبد القدوس بين العلمانية والفرويدية.
- أسهمت في تأسيس المدارس النسوية لتحفيظ القرآن الكريم في المدينة المنورة.



خصائص الإعلام الإسلامي:

يمكن تلخيص خصائص الإعلام الإسلامي في الآتي:

١ ـ إعلام عقائدي:

إن السمة الأولى للإعلام الإسلامي أنه إعلام عقائدي، إذ لابد أن تعكس نظرية الإعلام الإسلامي، أو الفلسفة الإعلامية الإسلامية العقيدة الإسلامية أو «الأيدلوجية الإسلامية».

٢ ـ حق لكل مسلم ومسلمة:

يقول تعالى في كتابه العزيز: **{والمؤمنون والمؤمنات بعضهم أولياء بعض يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر}**، ومن هنا ندرك أن الإعلام في الإسلام حق لكل مسلم ومسلمة، وهو حق إيجابي يتمثل في أن يقوم المجتمع بإعلام الفرد، تماماً كما يوفر له الأمن والطعام والدواء[٥].

٣ ـ فرض كفاية :

يقول تعالى في كتابه العزيز: **{فلولا نفر من كل فرقة منهم طائفة ليتفقهوا في الدين ولينذروا قومهم إذا رجعوا إليهم لعلهم يحذرون}** (التوبة/ ١٢٢) يستدل بهذه الآية على أن الإعلام بالإسلام فرض كفاية، ولكن بعض الباحثين يرى أنه فرض عين على كل مسلم بقدر طاقته،

ويرى الدكتور ابراهيم إمام أن الإعلام الإسلامي تكليف وفريضة على كل مسلم، ويسوق قول ابن كثير في تفسير الآية المشار إليها بأن المقصود من فرقة أن تكون فرقة هذه الأمة متصدية لهذا الشأن. ثم يسوق تفسير الرازي بأن (منهم) في الآية ليست للتبعيض لدليلين:

الأول : أن الله تعالى أوجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر على كل الأمة في قوله تعالى: **{كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر}**.

الثاني: هو أنه لا مكلف إلا ويجب عليه الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وأما كلمة «من» في الآية الكريمة فهي للتبيين لا للتبعيض[٦].

وأوافق الدكتور ابراهيم إمام الرأي في أن الإعلام في الإسلام **فرض عين وفرض كفاية معاً**؛ إذ يجب على كل مسلم ومسلمة الإعلام بالإسلام كل

حسب طاقته، والفرص المتاحة له، كما يجب على أبناء الأمة أن تتخصص طائفة منهم في مجال الإعلام بالإسلام تكون أقدر بياناً، وأعلم بالأحكام الشرعية، وأقوى على الصمود في مجال الحق والدعوة الى الله.

وعلى ذلك يعتبر كل أفراد المجتمع الإسلامي قائمين بالاتصال ومسؤولين عن تبليغ الدعوة كل حسب قدرته وعلمه، ومراقبة أي خروج أو انحراف عن القيم الإسلامية. وفي نفس الوقت لابد من وجود المتخصصين القائمين على أمر الدعوة على بينة وعلم وبصيرة وتمكن بأحوال الدعوة وملابساتها[٧]. وفي الحالة التى يدخل فيها الإسلام الإطار المهني يكون فرض كفاية.

٤ ـ إعلام عام علني:

من أبرز سمات الإعلام الإسلامي أنه عام للبشر جميعاً. فليس في الإسلام إعلام سري، أو نصف سري، فالإعلام في الإسلام يتصف بالعلن خلافاً لبعض الأديان أو العقائد التي تحرص على الكتمان والسرية وتأخذ عهوداً قاسية على أعضائها تصل الى القتل لمن يفشي الأفكار أو المبادىء[٨]. وآيات القرآن الكريم في ذلك شديدة الوضوح، يقول تعالى: {**إن الذين يكتمون ما أنزلنا من البينات والهدى من بعد ما بيناه للناس في الكتاب أولئك يلعنهم الله ويلعنهم اللاعنون**}[٩].

٥ ـ إعلام بلا إكراه :

إن الإعلام بالدعوة الى الإسلام ليس بالإكراه، ويؤيد هذا نصوص قرآنية قطعية الدلالة منها قوله تعالى: {**لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي**}[١٠].

**** مهمة الاعلام ان يقوم على التنوير والتثقيف، والمعلومة الصحيحة.**

**** الاعلام الاسلامي، إعلام القيمة السلوكية، والكلمة الموضوعية.**

**** اعلامنا العربي يناقض كثيرا ثوابت هذه الأمة.**

التحديات التى تواجه أمتنا الإسلامية:

أولا : العولمة :

تعد العولمة من أخطر التحديات التى تواجه أمتنا الإسلامية في هذا القرن.. إن ما يحدث الآن ليس وليد التسعينيات من القرن العشرين ولكنه حصيلة قرون عديدة مضت.. نحن لا نخشى إلا الله عز وجل فلا نخشى من الغرب ولا من غير الغرب، ولكن ينبغي أن نحذر من الغرب لأنه يريد طمس هويتنا ومسخ شخصيتنا واقتلاعنا من جذورنا وإحلال ثقافته ودينه وعقيدته وأمراضه وانحلاله محل ديننا وثقافتنا وقيمنا وأخلاقياتنا مع فرض هيمنته السياسية والاقتصادية والعسكرية علينا، وحرماننا من حق المعارضة وإبداء الرأي، والدفاع عن حقوقنا الشرعية.

أليس هذا هو واقعنا الآن؟

إن للمستشرقين دوراً كبيراً في هذه العولمة، إذ نجدهم مهدوا وساعدوا الاستعمار منذ عصر الاسكندر الأكبر، ونابليون بونابرت، حتى أواخر القرن التاسع عشر، والقرن العشرين، سواء أكانوا رحالة أم قناصل أم جواسيس، أم منصرين.

ولا ننسى أن بعض المستشرقين أوجدوا النظرية العرقية ليبرروا الاستعمار، ومن أهم الذين وضعوا النظرية العرقية «ليون جوتيه» في كتابه «المدخل لدراسة الفلسفة الإسلامية»[١١] ووصفوا العقلية العربية بأنها عقلية ذرية غير قادرة على التجمع والقيادة، وممن قالوا بهذا القول المستشرق البريطاني هاملتون جيب[١٢]، وملف الاستشراق حافل بهذه المواقف التى تدين الحركة الاستشراقية، والتي بسببها أصبح مصطلح الاستشراق مشبوهاً، وأعلن المستشرقون تخلصهم منه ورميه في مزبلة التاريخ، واستبداله بمراكز المعلومات التى تقوم بنفس دور الاستشراق القديم ولكن في ثوب جديد.

ومما ينبغي لفت الانتباه إليه أن الاستشراق قام بدور كبير في التمهيد للعولمة الثقافية باحتواء كثير من المسلمين ثقافياً عن طريق خدمة المستشرقين للتراث وتحقيقه ونشره وفهرسته لتحقيق أهدافهم ونواياهم الخبيثة ضد الاسلام والمسلمين، وما الى ذلك، حيث أصبح كل باحث مسلم لا يستغني عن بعض جهودهم في أبحاثه وكتاباته، فيعتمد عليها أو يتناولها بالدراسة، وتأثر بها شعر أو لم يشعر، ويرجع هذا الى نجاح الاستشراق في السيطرة على مصادر التراث العربي الإسلامي، وعلى الرغم من أن بعض الدراسات الاستشراقية كانت تقترب من صفة النزاهة والحياد إلا أنها في النهاية، وبكل المقاييس تبقى مظهراً من مظاهر الاحتواء الثقافي، وقد نجم عن هذا الاحتواء نتائج جد خطيرة، ألخصها في الآتي:

أ - شعور كثير من المسلمين بضعفهم، ونقص امكاناتهم، وتأخرهم عن غيرهم في العصر الحديث، ونسبة كل الايجابيات الى الغرب.

ب - تبعية كثير من الكتّاب والباحثين فكرياً لهم، ودفاعهم عن مبادئهم ومناهجهم.

ج - وضع أسس لمنهج البحث والتفكير المادي، فكتبوا وبحثوا ونقدوا في ضوء هذا المنهج، كما نجدهم قد طبقوا المناهج الفكرية المادية على كثير من علومنا الإسلامية سواء في التفسير المادي للتاريخ، أو في كتاباتهم عن القرآن الكريم والرسول {صلى الله عليه وسلم} فدعموا شهادتهم في هذه الجوانب الفكرية باسم المنهج العلمي، مما أدى الى رواجها واستسلام كثير من الكتاب لها ودفاع بعض المسلمين عنها.

د - لقد رسَّخ المستشرقون مبدأ العلمانية وصدروه الى عالمنا الإسلامي سواء في الجانب الفكري أو السياسي، فأصبح من المسلمين من تبنوا مبدأ العلمانية، بل نجد هناك بعض الدول الإسلامية قد تبنت العلمانية، وأعلنت أنها دولة علمانية، وهناك من المسلمين من ينادي بعلمانية السياسة، ونحن لو رجعنا الى أصل نشأة هذه الدعوة نجد أن

**لا زلنا نفتقد الاعلام الاسلامي المتخصص.



المستشرقين ممن روجوا لها ودعوا إليها، ولا ننسى أثر ميكافلي في ترسيخ العلمانية السياسية، وتجريد السياسة من معاني الدين والأخلاق وتبرير الوسائل باسم الغايات.

هـ - دعوة المستشرقين الى الحرية الفكرية المزعومة التى دعوا إليها، ولم يلتزموا بها في بحوثهم وكتاباتهم، إذ نجدهم صوروا المفكرين الإسلاميين بأنهم مجرد نقلة للتراث اليوناني الفلسفي بناء على نظرتهم العنصرية المقسمة للشعوب الى: ساميين وآريين، فالساميون، ومنهم العرب لا قدرة لهم على التفكير الفلسفي، وتناول الأمور المجردة بخلاف الشعوب الآرية، كما صرح بذلك «رينان» في كتابه «تاريخ اللغات السامية»، وكذلك «جوتيه» في كتابه «المدخل لدراسة الفلسفة الإسلامية».

و - كان الاستشراق وراء طرح ونشر مصطلحات متعددة في الجانبين الأدبي والنقدي مثل «الحداثة» و«البنيوية» و«الأبستولوجيا المعرفية» و«والوجودية» و«النثرية» في مجالات الأدب، ولقد كشفت الباحثة البريطانية فرانسيس ستونور سوندرز في كتابها «من يدفع التكاليف؟» الصادر في يوليو عام ١٩٩٩م قيام الحكومة الأمريكية عبر وكالة المخابرات المركزية لإيجاد مدارس وتيارات ثقافية كاملة ومنها تيار الحداثة، ودعم مجلة الحوار العربية وغيرها[١٣]، فتجرأ بعض الأدباء والشعراء على الذات الإلهية وفصلوا الفكر والأدب عن الدين، وتبنوا مذاهب فكرية لا تمت للدين الإسلامي بصلة، بل تدعو الى الإلحاد وإلغاء العقل، كما أوجد المستشرقون في الساحة مصطلح «الأصولية» و«السلفية» لتغييب اسم الإسلام.

**** في امريكا تسعة آلاف مركز للبحوث الشرقية، منها خمسون مركزاً خاصا بالعالم الاسلامي.**

ز - لم يقتصر المستشرقون في بحوثهم على علم واحد، وإنما تناولوا مختلف العلوم، وللأسف لم يلتزموا بالحيدة والموضوعية في أغلب بحوثهم، إذ نجدهم سلكوا سبل التحريف والتشويه في دراساتهم عن القرآن الكريم والطعن في مصدره، وكذلك الطعن والتشكيك في السنة المطهرة وصحتها، وامتد التشويه الى نبي الإسلام محمد {صلى الله عليه وسلم}، وحسبنا قول المستشرق البريطاني وليم موير «إن سيف محمد والقرآن هما أكثر الأعداء الذين عرفهم العالم حتى الآن عناداً ضد الحضارة والحرية الحقيقية».

ح - تأليف الكتب والمراجع والموسوعات العلمية في موضوعات مختلفة عن الإسلام ونظمه مع التحريف الخفي، والتزييف المتعمد في الوقائع التاريخية، وفي نقل النصوص من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة وبيان سيرة الرسول {صلى الله عليه وسلم}، وإصدار النشرات الدورية والمجلات العلمية الخاصة ببحوثهم عن الإسلام والمسلمين، وإلقاء المحاضرات والخطب في الجمعيات العلمية، وفي كل مكان، ونشر مقالات وبحوث في الصحف

والمجلات الواسعة الانتشار، وخاصة في أوساط المثقفين، وترجمة كتبهم ومراجعهم وموسوعاتهم الى اللغة العربية، ويكفي أن نعرف أن هناك مراكز وأقسام عديدة مستقلة للدراسات الشرقية في الجامعات العلمية في الغرب كله، وأن في القارة الأمريكية وحدها حوالي تسعة آلاف مركز للبحوث والدراسات الشرقية عامة، ومنها حوالى خمسين مركزاً خاصاً بالعالم الإسلامي، وأنه منذ مائة وخمسين عاماً، وحتى الآن يصدر في أوربا بلغاتها المختلفة كتاب كل يوم عن الإسلام، فقد صدر ستون ألف كتاب بين سنة ١٨٠٠ - ١٩٥٠م. أي عبر قرن ونصف القرن، ويصدر المستشرقون الآن ثلاثمائة مجلة متنوعة بمختلف اللغات في تراث الإسلام، وأن المستشرقين عقدوا خلال قرن واحد ثلاثين مؤتمراً مثل مؤتمر «إكس فورد» الذي ضم تسعمائة عالم.

وما هذا إلا خطة لتهيئة الرأي العام لقبول الغزو العسكري والاقتصادي والثقافي الغربي لبلاد الإسلام من جهة، ولدراسة أحوال العالم الإسلامي، وكل ما يتعلق بشؤونه ليساعدهم ذلك على السيطرة وبسط النفوذ من جهة أخرى.

كل هذا كان إعداداً وتمهيداً لتقبلنا لما هو آت، وهو «العولمة» بل لخضوعنا لما تفرضه علينا العولمة، وعدم إعطائنا فرصة للقبول أو الرفض، فنحن ما بين عشية وضحاها وجدنا أنفسنا أمام العولمة السياسية والاقتصادية والثقافية والتقنية في آن واحد، ووجدنا أنفسنا قد فقدنا القدرة حتى على شجب ما تتعرض له الأمة الإسلامية من عدوان ومحاولات إبادة بعدما فقدنا القدرة على المشاركة في القتال للدفاع عن ما يتعرض له المسلمون من غزو، فلقد شوهوا مفهوم الجهاد وصوروا الجهاد في سبيل الله ومقاومة الاحتلال والعدوان إرهاباً، وقتلوا روح الجهاد في نفوس المسلمين بعد اتفاقية كامب ديفيد، وخداعنا بأسطورة السلام مع الذين لا يعرفون السلام، ولا يحترمون العهود والمواثيق، ولا يلتزمون بها.

** فضائياتنا تحتاج لكثير من الغربلة.
** لقد وضعوا القضية العربية بأنها ذرية غير قادرة على التجمع والقيادة.

والطامة الكبرى أن «العولمة» السياسية سوف تلغي دور الدولة والحكومة، وأن النظام الاقتصادي العالمي الجديد المفروض علينا سوف يجعل البلاد النامية التى نصنف نحن ضمنها مراكز للتلوث الصناعي، إذ يخطط الكبار نقل مصانعهم الى بلادنا لحماية بيئاتهم من التلوث الصناعي، مع استغلال العمالة في هذه البلاد لرخصها، ولكن دون أن تنقل تقنية الصناعة أو جعلها في أيدينا، وهذا ما تدرسه الآن بريطانيا لطلبتها وتعدهم لتنفيذه، كما أن النظام المالي الجديد سيتيح المجال أمام المضاربين لضرب اقتصادنا كما حصل في أندونيسيا وماليزيا، كما أن النظام الاقتصادي الجديد سوف يفتح باب

الاستثمار على مصراعيه، وهذا يعني أن الصهاينة سيدخلون أسواقنا ويتحكمون في اقتصادنا كما دخلوا بيوتنا من خلال التمويل الأجنبي للجمعيات النسائية الأهلية، والاتفاقيات الدولية ـ كاتفاقية إزالة أشكال التمييز ضد المرأة التى وقع عليها عدد من الدول الإسلامية ـ ومؤتمرات المرأة العالمية، وحاولوا أن يفرضوا علينا الخروج على ثوابت الإسلام مع توعدهم لعلماء الدين إن اعترضوا على ما يفرض علينا من توصيات مؤتمرات المرأة العالمية بسن قوانين دولية تطبق على الجميع، وخاصة القوانين التى تسمح بالانفلات الجنسي تحت مسمى «الصحة الجسدية» أو «الصحة الجنسية» والتي تتضمن إقرار الإجهاض كوسيلة من وسائل منع الحمل الى جانب الحرية الجنسية الانفلاتية.

وبعد فهذه حالنا الآن من جراء تخطيط الغرب، وما سعى ويسعى لتحقيقه، ونحن للأسف كالدمى يحركنا الآخر وفق ما يريد، وفي الاتجاه الذي يريد، ولازلت أحمِّل المرأة جزءاً كبيراً مما وصلنا إليه، إذ انشغلت بطموحاتها الشخصية وجريها وراء ما سمي بمساواتها بالرجل والمطالبة بالمشاركة السياسية والمشاركة في صنع القرار عن مسؤولياتها الأساسية وفاتها أنها صانعة القرار الأولى لأنها مربية صنَّاع القرار، وإهمالها في تربية أولادها أوصلنا الى ما نحن عليه من استسلام وخنوع، وعليها أن تفيق قبل أن نفقد ما تبقى لنا من الحفاظ على ديننا وقيمنا وأخلاقياتنا وحشمتنا.

إن الأجيال القادمة سوف تلعننا إن لم نعبر بها الى بر الأمان من هذا الخطر الداهم، فلنكن على قدر المسؤولية، وأهلا لتحمل هذه الأمانة.

ثانيا: تحديات التنصير الغربي:

التنصير من أخطر التحديات التي واجهت عالمنا الإسلامي في العصر الحديث، ولازالت، وكان مدخلا الى النفوذ الاستعماري والتضليل الفكري والتحلل الخلقي والإلحاد الوثني بما لهيئاته المختلفة من وسائل وموارد وطاقات، ومازال نفوذه في كثير من مناطق العالم الإسلامي قائماً وممتداً الى اليوم بأساليب متطورة وماكرة وخفية، وخاصة في سيطرته في الفترة الأخيرة على الثقافة والصحافة وعلى كثير من وسائل الإعلام (السينما، والمسرح، والتلفاز، والإذاعة)[١٤]، وقد استحدثوا في أواخر القرن العشرين وسيلة خفية للتنصير تكمن في «الحوار الإسلامي المسيحي» فبابا الفاتيكان هو الذي دعا الى الحوار محدداً أبعاده، ومصادراً لكل ما سيطرحه الآخر، معلناً أن غايته منه هي تنصير العالم ليفرض على العالم نظاماً دينياً واحداً، أي العولمة الدينية، كما أعلن عالمية الفاتيكان، وجعله السلطة الدينية الوحيدة في العالم، وأعلن تمسكه بالأصولية، والأصولية في المجال الكنسي تعني التمسك بكل ما أجري في الديانة المسيحية من تحريف عبر كل المجامع عبر العصور، أي أنه صادر أي حوار قبل أن يبدأ.

ولو تتبعنا تاريخ الحوار المسيحي الإسلامي نجد أن مبادرة الحوار تأتى دائماً من الغرب المسيحي بمراحله الثلاثة التى مرَّ بها وهي:

المرحلة الأولى:

هي مرحلة التحدث عن الإسلام، ويمثلها الاستشراق، وكلنا يعرف أن الاستشراق الرسمي قد نشأ في أحضان الكنيسة البابوية، حيث أوصى

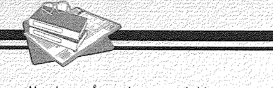
مجمع فينا الكنسي سنة ١٣١١ ـ ١٣١٢م نزولا عن قرار البابا إكليمنس الخامس بتأسيس كراسي الأستاذية للعربية واليونانية والسريانية في جامعات باريس وأكسفورد وبولونيا وغيرها[١٥]، ومما لا يخفى على المتخصصين في الدراسات الاستشراقية، أن أهداف الاستشراق كانت ولا تزال هي العمل على تشويه الإسلام، وتشويه صورة نبيّه {صلى الله عليه وسلم} لتنصير المسلمين، والحيولة دون إسلام النصارى إضافة الى أهداف سياسية استعمارية وعسكرية واقتصادية وعلمية، وقد تبنى الرهبان والقساوسة الحركة الاستشراقية، وشنوا هجوماً شرساً على الإسلام والنبي محمد {صلى الله عليه وسلم} ووصفوه بأبشع الصفات، وقد أوضح المستشرق البريطاني «ريتشارد سوذرن» في كتابه «صورة الإسلام في أوربا في العصور الوسطى» وكذلك نظيره «نورمان دانيال» في كتابه «العرب وأوربا في العصور الوسطى» تلك المواقف الفظة المشوبة بالعصبية ضد الإسلام ونبيه محمد {صلى الله عليه وسلم}.



ولم يقدم البابا اعتذاراً للمسلمين عمًا ألحقه المستشرقون عامة والرهبان والقساوسة خاصة من اساءات بالغة للإسلام وللرسول عليه الصلاة والسلام قبل بدء الحوار، لنبدأ صفحة جديدة، ولكن الاعتذارات تكون فقط لليهود، فنحن المسلمون في نظرهم لسنا جديرين بأي اعتذار.

المرحلة الثانية:

هي مرحلة التحدث الى المسلمين، ويمثلها التنصير. وقد أسهمت الدراسات الاستشراقيه في إيجاد الأرضية في كثير من بلاد المسلمين للدعوة التنصيرية، وقد كتب بعض المستشرقين، ونظّروا لكيفية تنصير المسلمين مثل ما قام به المستشرق المنصر القس «صموئيل زويمر» في معهده الذي أنشأه باسمه من قبل المؤتمر التنفيذي ليكون مركزاً للأبحاث مهمته إعداد الأبحاث وتدريب العاملين في صفوف المسلمين لتعزيز قضية تنصير المسلمين، وكذلك المستشرق البريطاني «وليم موير»، ويشهد على ذلك كتابه «شهادة القرآن الكريم على الكتب اليهودية والمسيحية»، فهو كتاب تنصيري في المقام الأول، ومسلسل التنصير لم ينته بعد، فلقد أعلن البابا في المجمع المسكوني الثاني الذي عقد عام ١٩٦٥م خطته لتنصير العالم واقتلاع الإسلام مع قدوم الألفية الثالثة بحيث يتم استقبالها بلا اسلام، ولعل حملات التنصير المكثفة التى شهدتها أندونيسيا تعطينا مؤشراً لذلك، بل الأخطر من هذا وجود بعض المدارس التنصيرية في بعض دول الخليج العربي، ولعل كتاب «الغزو التبشيري النصراني في الكويت» لأحمد النجدي الدوسري يكشف أبعاد هذا المخطط، أيضاً النشاط التنصيري المكثف في الجنوب



السوداني لإيجاد دولة مسيحية سودانية تمهيداً لاقتلاع الإسلام من السودان، وقد شرعوا لتنفيذ هذا المخطط، كما نجحوا في تفتيت وحدة أندونيسيا، وقسموا تيمور الى شرقية وغربية، بينما نجدهم وحدوا برلين الشرقية والغربية.

إن مخطط تجزئة الدول الإسلامية وشطرها الى شطرين مسيحي وإسلامي أو تقسيمها على أساس مذهبي أو عرقي كما هو مخطط للعراق ومصر والسودان، وسائر الدول الإسلامية، كل هذا يؤكد أن هدف الغرب القضاء على الإسلام، وأن الصراع بيننا وبين الغرب هو الدين الإسلامي في المقام الأول، ويظهر هذا بوضوح في الحروب الصليبية، إذ خشي الغرب من المد الإسلامي، وعندما فشلت هذه الحملات، ولم تحقق أهدافها نشأ الاستشراق الذي ركز هجومه على القرآن الكريم، وكذلك دراسة الأدب العربي، والعمل على إحياء الفرق المنحرفة في تاريخ المسلمين كالباطنية، وقضوا السنوات في إخراج كتب ليؤثروا في المفاهيم الأساسية للإسلام، وذلك بثنائهم على البهائية والقاديانية، وقد أوجد الاستعمار البريطاني القاديانية، إذ أشادوا بها لأنها - كما زعموا - جاءت بآراء حرة مستقلة ووصفوها بالعقلانية والاستنارة والتجديد ليخدعوا بها بعض المسلمين، وليشوهوا تعاليم الإسلام، وللأسف هناك أقلية من المسلمين تأثرت بفكر هذه الفرق المنحرفة واعتنقت عقائدها.

المرحلة الثالثة:

هي مرحلة التكلم مع المسلمين عن الإسلام، أي الحوار معهم.

والحوار الإسلامي المسيحي هو دائماً مبادرة مسيحية، والمسلمون فيها ضيوف كرام - كما يقول الدكتور سعود المولى - يختارهم أصحاب الدعوة باعتبار توقع تعاونهم وتفاهمهم.. وكان الضيوف يشعرون دائماً بأنهم ضيوف ويعرفون بأن المسلمين لم يختاروهم، كما انهم هم أيضاً لم يعينوا أنفسهم أصلا لهذه المهمة، وفي الغالب لم يكونوا مختصين في الأديان، ومن غير المتفرغين له أصلا، وكانوا يتغيرون في كل لقاء فلا يحضر نفس الشخص أكثر من لقاء أو أثنين، وهذا يعني انعدام إمكانية الحوار الصادق الحي الموضوعي، إضافة الى عدم وجود مركز إسلامي واحد لدراسة المسيحية والعلاقات الإسلامية المسيحية، فإن هؤلاء المسلمين لم يملكوا إمكانية مراكمة المعارف والخبرات ودراسة وتحليل النشاطات واتخاذ القرارات وصياغة الإشكاليات. وترافق ذلك مع غياب أي معرفة إسلامية معاصرة عن المسيحية وكنائسها وشيعها، وعن اللاهوت وتياراته، وعن البيئات المسيحية المتنوعة، وعن فاعلية وقدرات الكنائس. وكان الغرب وما يزال هو الذي يطرح الموضوعات، ويضع جداول أعمال المؤتمرات وعناوين وأولويات الحوار[١٦].

ثالثا: تحديات تواجه اللغة العربية:

تواجه اللغة العربية الفصحى بوصفها لغة القرآن الكريم تحديات خطيرة تستهدف القضاء عليها، وإعلاء شأن العاميات في البلاد العربية، وإحياء اللهجات واللغات القديمة باستعمالها في وسائل الإعلام من طباعة وصحافة وإذاعة وتلفاز، وهناك من دعا الى الكتابة بالحروف اللاتينية، وكلنا يعرف دعوة عبد العزيز فهمي باشا عضو مجمع اللغة العربية في القاهرة عام ١٩٤٤م بأن تكتب اللغة العربية بالحروف اللاتينية.

وللأسف لا تزال أمثال هذه الدعوة تقدم من أبناء العربية بحجة حمايتها وتسهيلها، فقد تقدم باحثان في المؤتمر السادس لجمعية لسان العرب الذي عقد في القاهرة في نوفمبر عام ١٩٩٩م ببحثين خطيرين، أحدهما غيَّر فيه الباحث شكل الحروف العربية، وجعلها ثلاثة وثلاثين حرفاً بدلا من ثمانية وعشرين حرفا، وثانيهما ألغت فيه الباحثة حركات الضبط واستبدلتها بأحرف تدل عليها، فالواو بدل الضمة، والألف بدل الفتحة، والياء بدل الكسرة، والنون بدل التنوين، فإذا ما كتبت كلمة مثل «قيراطٌ» تكتب هكذا «قييراطن»، وهذه محاولات للحيلولة دون فهم القرآن الكريم، وهناك آخرون ينادون بإيجاد خطاب لغوي أنثوي، مما يؤدي الى إسقاط بعض التكاليف عن المرأة المستخدم فيها صيغة العموم في القرآن الكريم كالصيام مثلا، وآخر يريد التسامح في إدخال المصطلحات والألفاظ الأجنبية.

هذا ونجد من ناحية أخرى أن اللغة الإنجليزية هي لغة التعليم في كثير من التخصصات العلمية في الجامعات بما في ذلك «الإدارة والاقتصاد» كما أصبحت اللغة الإنجليزية هي اللغة الأساسية في كثير من المستشفيات، كما امتلأت شوارعنا بلافتات تحمل أسماء أجنبية لمحلات تجارية ليست تابعة لشركات أجنبية، كما نجد كثيرا من البرامج التلفازية في كثير من القنوات الفضائية العربية تحمل أسماء أجنبية، وكأن لغتنا العربية فقيرة ليست لديها من المفردات ما يجعلها قادرة على صياغة أسماء لبرامج تلفازية. فنحن باختصار شديد أصبحنا مهيئين للعولمة الثقافية لغة وفكراً.

رابعا: تحديات سيادة الإعلام المضلل على الساحة الدولية:

والغالب في الساحة الدولية الآن هو الإعلام المضلل، فلقد بات الإعلام يشكل استراتيجية عظمى لدى الدول والشعوب والحكومات، ومن يجيد فن الإعلام ولعبته يحقق أهدافه وغاياته حتى ولو كانت قائمة على باطل وزور وبهتان، ومن لا يجيد فن الاعلام فقد يفقد الأرض التي يقف عليها، وهويته وشخصيته الإسلامية، فكلنا يعرف أن الكيان الصهيوني أقام دولته على باطل، وكان للإعلام دور كبير في إقامة هذا الكيان ومساندته، أما نحن فلم نجد فن الإعلام ولعبته، لا على المحيط الدولي، ولا على المحيط الإقليمي فقط، بل حتى على المحيط الذاتي، مما أدى الى فقداننا الكثير من حقوقنا، بل أدى الى فقداننا هيبتنا وعزتنا وكرامتنا، وأصبح يُباد منًّا عشرات الألوف، ويشرد أمثالهم ولا يتحرك فينا ساكن، ولا يهب أحد لنجدتنا، بينما لو قتل صهيوني واحد تقوم الدنيا ولا تقعد، وتدمر قرى، وتضرب محطات الكهرباء، وما حدث في لبنان أكبر شاهد على هذا.

والطامة الكبرى أنه أصبح من العرب والمسلمين من ينادون بتطبيع العلاقات مع اسرائيل، والانفتاح معها في كل المجالات، ومنهم من أنشأ جمعية تسمى «أصدقاء السلام» تدافع عن اسرائيل وتعقد المؤتمرات للدعوة الى تطبيع العلاقات مع اسرائيل، بل هناك من أنشأ مراكز بحوث ممولة من اسرائيل تقدم أبحاثاً عن بلادهم تخدم الأهداف الصهيونية، وللأسف هؤلاء تسلط عليهم الأضواء من قبل أجهزة الإعلام المختلفة، ويدعون الى المشاركة في مؤتمرات



عربية. إضافة الى تهافت بعض الدول العربية والإسلامية لتطبيع العلاقات مع اسرائيل.

هذا يبين لنا قصور إعلامنا، بل وفشله فشلا ذريعاً في تكوين رأي عام اسلامي صحيح تجاه قضايانا وما يواجهنا من تحديات، بل نجد اعلامنا للأسف الشديد يهيء الرأي العام العربي والإسلامي لقبول العولمة باعتبارها قدرنا، علينا أن نسلم به، وهناك من يضلل الرأي العام، ويصور العولمة بأنها خير ولا شر فيها، وهناك أيضاً من يضلل الرأي العام بشأن أهداف الحوار الإسلامي المسيحي الذي فُرضَ علينا من قبل الآخر، بل يعتبرون رفض الحوار الإسلامي المسيحي تعطيلا لجهاد الكلمة والبيان، فلم يظهروا الأهداف الحقيقية من هذا الحوار، التي أعلنها الكنسيون أنفسهم والمنصرون في مؤتمراتهم، وهي العمل على تنصير المسلمين، وقد أعلن هذا بابا الفاتيكان في المجمع المسكوني الثاني عام ١٩٦٥م الذي دعا فيه الى الحوار الإسلامي المسيحي فلقد أعلن أنه سيتم استقبال الألفية الثالثة بلا إسلام[١٧].

فهم ينظرون الى الحوار كوحدة واحدة منفردة، ويعزلونها عما يحدث في الساحة من أحداث، وعما يصرح به من تصريحات من قبل البابا، وما يقوم به من أعمال، وكذلك ما يناقش في مؤتمرات التنصير والاستشراق، وجميعها تمثل جهات الحوار، والقول «إن رفض الحوار إلقاء لنهجية القرآن الكريم، وتعطيل لجهاد الكلمة والبيان» قول جد خطير، ويحمل بين طياته اتهاماً أخطر، وهو الخروج عما جاء في القرآن الكريم وتعطيل جهاد الكلمة، كما يعطي قدسية لقرار المجمع المسكوني الفاتيكاني

**** اعلامنا يردد ثوابت ومقولات الآخرين من غير تدقيق أو نظر.**

**** تحت مقولة (حرية الرأى) كم بثَّتْ فضائياتنا من اكاذيب ومغالطات وأكاذيب.**

**** الشرق في كثير من توجهاته اصبح كالدمى يحركه الآخر وفق اراداته.**

**** الغرب يتعامل مع الشرق من منطلق مقولة (صراع الحضارات).**

**** الحوار (الاسلامي - المسيحي) خدعة كبرى، واكذوبة مفضوحة.**

** المنصرون بذلوا جهدهم وطاقاتهم لاستقبال الالفية الثالثة بلا اسلام.

الثاني برئاسة البابا الذي نصت وثيقته على الحوار مع الأديان لإتمام تنصير العالم.

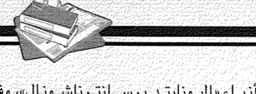
إن واجب إعلامنا أن ينبه الشعوب الإسلامية الى أهداف هذا الحوار، وأن يوضح للمسؤولين الذين قبلوا هذا الحوار خطورته بالكيفية التي فرض علينا بها، وفي الظروف التى نمر بها، وكذلك يعمل على توعية المسلمين بالقضية الفلسطينية وحقيقة اليهود والصهيونية وبطلان المبررات التى أقاموا عليها دولتهم، وحقيقة الشخصية اليهودية وخطورة تطبيع العلاقات مع دولتهم، ولكننا للأسف الشديد نفتقر الى إعلام إسلامي واع وجاد ومدرك لخطورة ما يدبر لنا، وما يحاك ضدنا، وذلك - في رأيي - يرجع الى:

أولا: إن أغلب القائمين على وسائل الاتصال في عالمنا الإسلامي علمانيون ممن تأثروا بالغرب والفكر الغربي، وبدا لهم كل ما يأتينا من الغرب خير، ودليل على التقدم والتطور، وأي رفض له يعد تخلفاً وتقهقراً الى الوراء.

ثانيا: افتقارنا الى وكالة أنباء إسلامية عالمية تنافس وكالات الأنباء العالمية الغربية في سرعة نشر وإذاعة وتصدير الخبر.

ثالثاً: انحسار دورنا الإعلامي على المستوى العالمي لعدم امتلاكنا صحفاً عالمية، أو شبكات تلفازية عالمية، بل بالعكس نجد محطاتنا التلفازية في الغالب تعمل على نشر وإذاعة ما يصنعه اليهود ويروجونه من أفلام ومسلسلات وبرامج، وكذلك الصحافة، إذ يقف بعضها من قضايانا المصيرية ومن الإسلام والإسلاميين مواقف لا تختلف عن مواقف اليهود وحلفائهم.

رابعا: ما قام به الإعلام الأمريكي من تمهيد لقبول العالم بالعولمة أو بمعنى آخر «الأمركة»، وتعتبر وكالة الاستعلامات الأمريكية الجهاز الرسمي الدعائي للحكومة الأمريكية، وتستخدم هذه الوكالة ١٢٫٠٠٠ موظفاً، وتصل ميزانيتها السنوية الى ١٧٠ مليون دولار، ويشمل نشاط الوكالة إنتاج الوثائق والبرامج التليفزيونية للعالم الخارجي وإصدار المجلات والرسوم الهزلية والكتب في خمسين لغة، واذاعة ٨٥٠ ساعة أسبوعياً من الإذاعات الموجهة عن طريق صوت أمريكا، وإدارة المكتبات والمعارض ومراكز الاستعلامات، وغير ذلك من ألوان النشاط الذي يستهدف ترويج الولايات المتحدة، وأسلوب الحياة الأمريكية، وخاصة مبادىء اللبرالية بمفهومها الأمريكي في العالم الخارجي، وتمد الوكالة مراكزها في ١٠٦ قطراً بالمواد الإعلامية كالمجلات والكتب



والكتيبات والقصص الإخبارية ونصوص الخطب الهامة للصحف الأجنبية، ويعمل مندوبوها على التغلغل في الأوساط الثقافية والجماهيرية في الدول المبعوثين إليها، ويسهل عليهم ذلك معرفة لغة وعادات وتقاليد البلد الموفدين إليه، والهدف من ذلك هو محاولة إيجاد الطريقة المناسبة لترويج السياسة الأمريكية في تلك المجتمعات.

خلاصة القول:

إن عملهم يقتضي منهم استطلاع الرأي العام في الدول الأجنبية، ودراسة ردود فعله المختلفة لسياسات أمريكا ومحاولة الوصول الى أفضل الطرق لاستيعابه والسيطرة عليه[١٨].

وكما رأينا فلقد نجحت الى حد كبير في التمهيد «للأمركة»، ولا سيما في دول العالم الثالث الذي أصبح الآن مهيئاً لقبولها والذوبان في الآخر.

خامسا: سيطرة الصهيونية العالمية على معظم وسائل الاتصال العالمية المسموعة والمرئية والمقروءة.

إن جميع الصحف والإذاعات في العالم تعتمد في أخبارها اعتماداً كبيراً على خمس وكالات أنباء عالمية هي: رويتر في لندن، ووكالة الأنباء الفرنسية في باريس، ووكالة تاس في موسكو، ووكالتي الأسوشيتد برس ، واليونايتدبرس انترناشونال في الولايات المتحدة الأمريكية، ومعظم هذه الوكالات تسيطر عليها الصيهونية العالمية فقد أسس وكالة رويتر اليهودي «جوليوس رويتر»، ووكالة «أسيوشيتد برس» التي تحولت عام ١٩٠٠م الى شركة شملت معظم الصحف والمجلات الأمريكية التى كان معظمها واقعاً تحت السيطرة الصهيونية. وكذلك وكالة أنباء «اليونايتد برس انترناشونال»، وفي فرنسا أسس أحد اليهود من عائلة هافاس عام ١٨٣٥م وكالة أنباء «هافاس» التى أصبحت فيما بعد الوكالة الرسمية للدولة الفرنسية[١٩].

إضافة الى سيطرة الصهيونية العالمية على معظم الصحف العالمية في العالم مثل صحيفة «التايمز» التي اشتراها اليهودي الأسترالي «روبرت ميردوخ»، كما اشترى «الصنداي تايمز» أما في الولايات المتحدة الأمريكية فيسيطر اليهود على صحيفة «نيويورك تايمز» وهي من أشهر الصحف الأمريكية اليومية، وترجع سيطرة اليهود عليها الى عام ١٨٩٦م، عندما انتهز اليهودي «أودلف أوشر» فرصة وقوعها في أزمة مالية، فسارع الى شرائها بثمن بخس من صاحبها «هنري رنموند» الذي أسسها عام ١٨٤١م. وتأتي صحيفة «الواشنطن بوست» في المرتبة الثانية بعد النيويورك تايمز من حيث خضوعها للسيطرة الصهيونية، وتستأثر «الواشنطن بوست» بأهمية خاصة بسبب انتشارها في أوساط الأجهزة الحكومية الأمريكية التى تتحكم في رسم سياسة الولايات المتحدة، وقد بلغ حجم توزيعها ٦٢٠ ألف نسخة عام ١٩٨١م، ويسيطر اليهود سيطرة محكمة على «الديلي نيو» و«النيو يورك بوست» و«صن تايم» وغيرها، ويمتلك ويليام هيرست زوج اليهودية «فاريون ديفتر» عدة مجلات منها المجلة المنزلية الشهيرة (Good House Keeping)، كما يسيطر اليهود على الصحافة السينمائية، فمجلة «فاريتي» الفنية السينمائية نشرت نداء يحمل توقيع

١٧١ سينمائياً غالبيتهم من اليهود يعلنون فيه عن تبرعهم بمبالغ كبيرة لدعم الحملة الانتخابية لعدد من المرشحين للكونجرس الأمريكي من المتعاطفين مع الكيان الصهيوني، وكان النداء يحمل العناوين التالية:

- «مساندة المرشحين الذين يؤمنون بإسرائيل لا يخدم اليهود، فحسب وإنما يخدم الأمريكيين ايضاً».

- «إن أفضل طريقة للدفاع عن مصالح أمريكا في الشرق الأوسط هي انتخاب ٥٠ عضواً في الكونجرس يؤمنون بأن بقاء اسرائيل هو أفضل ضمان لمصالح أمريكا هناك».

- «الإيمان باسرائيل يقوي الولايات المتحدة».

**** بكل أسف، نفتقر الى اعلام اسلامي واع وجاد ومدرك لخطورة ما يدبر لنا.**

**** الاعلام الاوروبي والامريكي تشويه مقصود لصورتنا.. واعلامنا تخدير لشبابنا.**

هذا ويسيطر اليهود الصهاينة على العديد من الصحف والمجلات الأسبوعية الأمريكية، وكذلك شؤون الأموال والأعمال، ونلاحظ أن اليهودي الأسترالي «روبرت ميردوخ» يمتلك بعض الصحف والمجلات الأمريكية الى جانب امتلاكه لصحيفة التايمز اللندنية، والصنداي تايمز، وعدداً من المجلات البريطانية، كما يسيطر اليهود الفرنسيون على عدد من الصحف والمجلات الفرنسية الهامة رغم أن عدد الجالية اليهودية بفرنسا لا يزيد عن ٧٠٠ ألف يهودي.

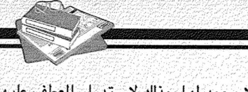
كما يسيطر اليهود على أكبر وأشهر شبكات التلفزيون الأمريكية، وهي:

- شبكة تلفزيون A.B.C، وذلك من خلال رئيسها اليهودي «ليونارد جونسون».

- شبكة تلفزيون C.B.S من خلال رئيسها ومالكها اليهودي «ويليام بيلي».

- شبكة تلفزيون N.B.C من خلال رئيسها اليهودي «الفريد سلفر مان».

ولكي ندرك مدى خطورة السيطرة الصهيونية على هذه الشبكات الثلاثة يكفي أن أشير أنها تعتبر الموجه السياسي لأفكار ومواقف حوالي ٢٥٠ مليون أمريكياً بالإضافة الى مئات الملايين في أوربا وأمريكا اللاتينية، بل وفي جميع أنحاء العالم فهي



تقدم برامج ومسلسلات تكسب من خلالها الرأي العام الأمريكي.

كما يسيطر اليهود على السينما والمسرح والثقافة والإعلان التجاري، فتشير بعض الإحصائيات الى أن أكثر من ٩٠٪ من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي إنتاجاً واخراجاً وتمثيلا وتصويراً ومونتاجاً من اليهود. وقالت صحيفة «الأخبار المسيحية الحرة» عام ١٩٣٨م عن سيطرة الصهيونية على صناعة السينما الأمريكية «إن صناعة السينما في أمريكا هي يهودية بأكملها، يتحكم فيها اليهود دون أن ينازعهم فيها أحد، ويطردون منها كل من لا ينتمي إليهم أو لا يصانعهم، وجميع العاملين فيها إمَّا من اليهود أو من صنائعهم، ولقد أصبحت هوليود بسببهم سدود العصر الحديث حيث تنحر الفضيلة، وتنشر الرذيلة، وتسترخص الأعراض، وتنهب الأموال دون رادع أو وازع، وهم يرغمون كل من يعمل لديهم على تعميم ونشر مخططهم الإجرامي تحت ستائر خادعة كاذبة، وبهذه الأساليب القذرة أفسدوا الأخلاق في البلاد، وقضوا على مشاعر الرجولة والإحساس، وعلى المُثل للأجيال الأمريكية، وختمت الصحيفة كلامها بقولها: «أوقفوا هذه الصناعة المجرمة لأنها أضحت أعظم سلاح يملكه اليهود لنشر دعاياتهم المضللة الفاسدة»[٢٠].

هذا وقد استغل السينمائيون اليهود في أمريكا قضية اضطهاد النازية لليهود أبشع استغلال، فأنتجوا عشرات الأفلام عنها، وبالغوا في دعوى الظلم الذي ألحقته بهم لاستدرار العطف عليهم، وابتدعوا المحارق التي نصبها النازيون لهم والتي ثبت أنه لا وجود لها، وذلك لاستدرار العطف عليهم، وإشغال الرأي العام العالمي بخاصة الأمريكي بقضيتهم، وإقناعهم بعدالتها[٢١].

ولم يكتف اليهود بالسيطرة على الصحافة والتلفزيون والسينما، بل امتدت أذرع الأخطبوط الصهيوني إلى المسارح أيضاً، وتحكمت في توجيهها، كما سيطر اليهود الصهاينة على كبريات دور النشر والطباعة في العالم.

وقد استغل الصهاينة الإعلانات التجارية استغلالا بشعاً في الإساءة الى العرب والمسلمين، ويتفنن اليهود المسيطرون على غالبية وكالات الإعلانات العالمية في إظهار العربي في اعلاناتهم بصورة الهمجي، أو الأبله، أو الغارق في شهواته.

ما معنى هذا ؟

معناه أن وسائل الاتصال التي تتحكم في تكوين الرأي العام العالمي تجاه الحوادث والقضايا الدولية، تتحكم فيها الصهيونية أي أن الرأي العام العالمي متكون من وجهة نظر الصهيونية العالمية في المقام الأول ثم من وجهة نظر الأمريكان والإنجليز، والروس والفرنسيين، وهؤلاء معروفة أهدافهم تجاهنا وتجاه ديننا بصورة خاصة، لهذا فوكالات الأنباء المسيطر عليها اليهود تطبع أخبارنا بصيغتها هي، وبمنظورها هي، وبمنظور الدول الممثلة لها، وقد تنقل الخبر المتعلق بنا بصورة تخالف صورته الحقيقية، بقصد الإساءة إلينا وتشويه صورتنا وصورة ديننا، كما أنها عملت على تزوير وتزييف التاريخ لصالح اليهود والأمثلة كثيرة على ذلك منها:

فمن تزييفهم في التاريخ:

١ ـ ادعاؤهم الحق التاريخي في فلسطين، وأنهم من نسل سيدنا ابراهيم عليه السلام، وأنه وعدهم بدولة تمتد من النيل الى الفرات، مع أنه ليس لهم حق تاريخي ولا في شبر واحد من أرض فلسطين، ولم يثبت تاريخياً أن اليهود أسسوا أية مدينة في فلسطين أو في الأراضي التى هاجروا إليها، وإنهم مجرد لاجئين وعابري سبيل، ولذا سموا بالعبرانيين، ومما يؤيد هذا أن جميع أسماء المدن الفلسطينية عربية بما في ذلك أورشليم، وجبل صهيون، وأن مملكة داود وسليمان التى يتفاخرون بها لم تكن تشمل غير يهوذا أو السامرة فقط. وأن التوراة التى اعتمدوا عليها في مزاعمهم بالحقوق التاريخية محرفة، وليست توراة موسى عليه السلام، وإنما كتبها عزرا الوراق من ذاكرته أثناء السبي البابلي، وأن التوراة كتبت على مدى ١١٠٠ عام، وهذا ما أثبته علماء الغرب أنفسهم عند وضعهم التوراة تحت مجهر النقد التاريخي[٢٢]، وقد أكدت هذا الكشوف الأثرية في تل العمارنة في مصر، وكشوف فردريك بليس في تل الحصى جنوب القدس، وكشوف فنسنت على تل الأكمة على جبل صهيون، فلقد ثبت أن اليهود لم يكونوا أول من سكن فلسطين والقدس، وأنهم انتزعوها من سكانها المحليين[٢٣]، وأن الهيكل السليماني الذي يريدون هدم بيت المقدس من أجله لا أثر له، إذ أحرق تماماً إثر هجوم تيتس الروماني لفلسطين عام ٧٠م، ولم يبق له أثر، وأثبتت ذلك الكشوف الأثرية[٢٤]، كما ثبت بطلان دعواهم بأن سيدنا ابراهيم وعد بأن يكون لنسله من اليهود دولة تمتد من النيل الى الفرات[٢٥].

أيضاً أثبت العالم الأنثروبولوجي البريطاني «جيمس فنتون» في دراسة له على يهود بني اسرائيل أن ٩٥٪ من اليهود الحاليين ليسوا من بني اسرائيل التوراة، وإنما أجانب أو مختلطون.

ومع هذا وبالرغم من ثبوت بطلان مزاعمهم في الحقوق التاريخية، وبالرغم من أن القوانين الدولية لا تقر بالمطالبة بالحقوق التاريخية بعد مرور آلاف من السنين، ولو سلمنا جدلا بأن ليهود بني اسرائيل حقاً في فلسطين فأين هم اولئك اليهود الذين ذكروا من قبل؟.. لا وجود لهم، فيهود العالم الموجودون الآن هم من يدينون باليهودية، ولكنهم ليسوا من بني اسرائيل[٢٦].

٢ ـ زعمهم أن لهم حقوقاً في المدينة المنورة وخيبر، وقد ثبت من دراسة قمتُ بها أن اسم يثرب لأحد العماليق، وهو يثرب بن قانية، وأنها تأسست عام ١٨٠٠ ق.م، وأن الحفائر الأثرية أثبتت أن اليهود لم يدخلوا شمال الجزيرة العربية إلا في الفترة من القرن الأول إلى الرابع الميلادي[٢٧].

كما تبين أن الأوس والخزرج كانوا أسبق من اليهود في سكنى يثرب خلاف ما ذكره المؤرخون القدامى والمعاصرون باستثناء ابن كثير[٢٨].

٣ ـ تزييفهم التاريخ بادعائهم الآن أن لهم حقاً في الكعبة، لأن جدهم ابراهيم كان قد بناها، مع أنهم أسقطوا رحلته الى مكة في توراتهم[٢٩].

وهذا يبين لنا أن المخطط الصهيوني الآن هو الاستيلاء على مدن المقدسات الإسلامية القدس



والمدينة المنورة، ومكة المكرمة، وتهويد القدس تمهيداً للاستيلاء على باقي المقدسات الإسلامية.

٤ ـ دورهم في تحريف الديانة المسيحية، ومحاولتهم إزالة دور اليهود في محاولة قتل المسيح عليه السلام وصلبه من كتب الدراسة في المدارس المسيحية في أمريكا، بل تمكنوا من جعل البابا يعلن في المجمع الفاتيكاني الثاني الذي عقد عام ١٩٦٥م براءة اليهود من دم المسيح عليه السلام.

ومن تضليلهم :

١ ـ محاولاتهم إلغاء الجهاد في سبيل الله بوصفهم جهاد الفلسطينيين داخل الأراضي المحتلة إرهاباً.

٢ ـ قصر فرض العقوبات الدولية على البلاد العربية والإسلامية بإلباسها عباءة الإرهاب واستثناء اسرائيل من قائمة الدول التى تمارس الإرهاب، مع أنها أكثر دول العالم إرهاباً.

٣ ـ التدخل في شؤون الدول العربية والإسلامية عن طريق منظمات حقوق الإنسان ومنظمة العفو الدولية بزعم اختراق هذه الدول لحقوق الإنسان، في حين نجد اسرائيل لا تتعرض لها هذه المنظمات لا من قريب ولا من بعيد مع أنها أكثر الدول اختراقاً لحقوق الإنسان، ويكفي تشريدها للملايين من اللاجئين الفلسطينيين، وهدمها بالقوة لبيوت الفلسطينيين داخل الأراضي المحتلة لإقامة مستوطنات يهودية عليها، وقتلها للأطفال الأبرياء في داخل الأراضي المحتلة، وفي مدرسة بحر البقر في مصر، والمذابح التى أقامتها في دير ياسين، وفي قانا، وفي مخيمات صبرا وشاتيلا، واعتقالها للشيوخ والأطفال، وضربها للمواقع المدنية في لبنان، وتدميرها للبنية التحتية للبنان، وتحويلها مدينة بيروت الى مدينة مظلمة في البرد القارس بضربها محطات الكهرباء بها، وكذلك غض طرف هذه المنظمات عن كل انتهاك من قبل الدول الغربية المسيحية لحقوق الإنسان المسلم في البوسنة والهرسك والبلقان والشيشان وغيرها من بقاع العالم.

**** بسبب غياب وكالة أنباء اسلامية وعربية موحدة، أصبحنا نتلقى الخبر ومصطلحاته من غيرنا.**

٤ ـ صور الروس جهاد الشعب الشيشاني في سبيل حصوله على استقلاله إرهاباً، كما ضلل الروس الرأي العام حول قضية الشيشان، زاعمين أنها مسألة داخلية، وأن المسلمين الشيشان يشكلون أقلية إسلامية مع أن تاريخ هذه المنطقة وهي بخارى الكبرى يقول لنا: إنها منطقة إسلامية قد دخلت في الإسلام منذ أن بدأ فتحها في عهد سيدنا عمر بن الخطاب رضي الله عنه، ثم في عهد سيدنا عثمان بن عفّان رضي الله عنه، واكتمل فتحها في سنة ٩٤، ٩٥هـ على يد قتيبة بن مسلم الباهلي، وكان من ضمنها بلاد الشاش، وظلت دولة إسلامية الى أن احتلت روسيا القيصرية بخارى الكبرى في النصف الثاني من القرن التاسع عشر أي في نفس الفترة التى تم فيها الاحتلال البريطاني لمصر، والفرنسي

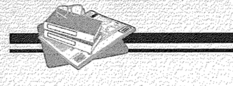
** معظم القنوات العربية تتنافس في تهميش وتضليل الإنسان العربي.

للمغرب العربي، ومنذ احتلالهم لها سعوا فى تجزئتها وتفتيتها الى ولايات، وإزالة اسم بخارى الكبرى من الخريطة، وسعى الإعلام الروسي في تضليل الرأي العام، وإيهامه أن الشيشان جزء من دولة روسيا، واصفين مقاومة الشيشان للاحتلال الروسي إرهاباً، وللأسف الشديد نجد المسلمين انخدعوا بهذا التضليل حتى في مناهجنا الدراسية لمادة الجغرافيا درس لنا إقليم بخارى الكبرى «تركستان» كأحد أقاليم الاتحاد السوفيتي من روسيا، وكذلك لم يدرس لنا تاريخ هذه المنطقة، وكيف كانت ضمن الدولة الإسلامية، ولعل هذا يفسر لنا الموقف السلبي الذي وقفته الشعوب الإسلامية تجاه تصفية روسيا للمجاهدين الشيشان، وتدمير جروزني وقراها، وخروج مئات الألوف منها كلاجئين.

٥ ـ إلصاق الإرهاب بالإسلام والإسلاميين، وما أن تحدث أية عملية إرهابية في أية جهة في العالم حتى تتوجه على الفور أصابع الاتهام الى العرب والمسلمين، وأقرب مثل لذلك الهجوم الذى تعرضت له الولايات المتحدة الأمريكية في مدينتي «نيويورك» و«واشنطن» في الثالث والعشرين من شهر جمادى الثانية عام ١٤٢٢هـ الموافق الحادي عشر من شهر سبتمبر عام ٢٠٠١م، وجهت على الفور أصابع الاتهام للعرب والمسلمين، وتعرضت بعض النساء المسلمات المحجبات في نيويورك وفلوريدا وغيرها الى السب والشتم والطعن، وتعرض بعض المسلمين للقتل، وهوجم مسجد الفاروق بهيوستن، وتعرض لضرب السلاح، وألغيت صلاة الجمعة في مسجد كبير في واشنطن في الأسبوع الأول من الأحداث، وهوجم أحد المساجد من قبل السلطات الأمنية، وأوقفوا خطبة الجمعة بحجة إلقاء بعض التعليمات، وبعد انتهاء الصلاة تعرض المصلون للاستجواب عند خروجهم من المسجد، كما أحرقت مطاعم وخُربت متاجر بعض المسلمين في نيويورك ، وبعض المدن الأخرى.

وللأسف الشديد فلقد فشل إعلام الدول الإسلامية في تحسين صورة العرب والمسلمين في الغرب ليس هذا فحسب، بل أضحت الحكومات في البلاد العربية الإسلامية تخشى من الإسلاميين، وأصبح الإسلاميون يهاجمون من قبل بعض الكتاب العرب المسلمين، وتارة يصفونهم بالإرهابيين، وتارة أخرى يصفونهم بالإفلاس الفكري وعدم القدرة على الإبداع والابتكار، وأنهم يستلون من الغربيين خلاصة أفكارهم ويضعون عليها عمامة إسلامية، وتارة ثالثة يصفونهم بالجمود والجهل والتحجر والتخلف.

٦ ـ العمل على تغييب اسم الإسلام، واستبداله بمصطلح «الأصولية»، وقد حدث هذا بالفعل في مؤتمر «مائة عام على تحرير المرأة» الذى عقد في القاهرة، ولم يكتفوا بهذا، إذ وجدناهم يصورون الإسلام من وجهة نظر الجماعات الإرهابية،



ويسخرون من المحجبات في المجلة التى كانت تصدر عن المؤتمر، ويصفون المسلمات المحجبات، بالتشويش على الفكر الآخر وعدم الالتزام بأصول وقواعد الحوار، مع أن العلمانيين والعلمانيات هم الذين كانوا يشوشون على مداخلات الإسلاميات، وكانت المنصة تصادر آراءهنّ، ولا تسمح لهن بمواصلة الحديث.

٧ ـ تضليل الإعلام حول أسباب سقوط الطائرة المصرية، والإدعاء باطلا أن أسباب سقوط الطائرة انتحار الطيار، أو لنشوب خلاف بين الطيار ومساعده، وذلك ليصرفوا النظر عن الأسباب الحقيقية التي كانت وراء سقوط الطائرة من جهة، وليشوهوا صورة الطيار المصري من جهة أخرى.

واقع الإعلام الإسلامي :

إن واقع الإعلام الإسلامي مؤسف للغاية ـ فكما رأينا ـ بات يخدم أهداف أعدائنا بدون قصد، ويساعدهم في تكوين رأي عام عربي وإسلامي لقبول ما يخطط لهدم كياننا وذوباننا في الآخر فكرا وعقيدة، فهو ينقل لنا الأخبار والأحداث وفق ما تصيغه وكالات الأنباء العالمية، وأقرب مثل ما يحدث الآن على الساحة بعد الهجوم الإرهابي على الولايات المتحدة الأمريكية، فإعلامنا يردد الاتهامات التى وجهتها أجهزة الإعلام الصهيونية للعرب والمسلمين، ونراه يقف عاجزا عن الرد على هذه الاتهامات ودحضها، ونتيجة لهذا تعرض الملايين من المسلمين الذين يعيشون في أمريكا وأوربا الى غضب العامة ومضايقتهم، بل بعضهم تعرض للقتل، والبعض الى تخريب ممتلكاته، فهم يعيشون في رعب وخوف وقلق، وبات معظمهم ملازمون منازلهم، ولا يخرجون منها إلا للضرورة، ولا يستطيعون استخدام وسائل المواصلات العامة، إضافة الى تعرض أي عربي يسافر الى أي بلد أوربي أو أمريكي، أو حتى آسيوي الى الاعتقال والاستجواب، أي أصبح جميع العرب ولا سيما السعوديين عرضة الى الاعتقال والاستجواب، وكان على الإعلاميين العرب أن يكونوا وفدا رفيع المستوى يطوف الولايات المتحدة الأمريكية، والدول الأوربية يبين عدم مسؤولية العرب والمسلمين عن أحداث نيويورك وواشنطن، وأن الإسلام يدين الإرهاب بكل صوره وأشكاله ويدين قتل الأبرياء.

كما نجد الإعلام في البلاد الإسلامية عاجزا عن مواجهة التحديات التى تواجه أمتنا، ونجده أيضا فاشلا في بناء الإنسان المسلم بناء صحيحا فعلى الرغم من كثرة القنوات الفضائية العربية إلا أننا نجد معظم هذه القنوات تتنافس فيما بينها في تقديم برامج تهدف إلى تهميش الإنسان العربي وتسطيحه، معتمدة على جمال المذيعة، وما يزين وجهها من مساحيق، وما ترتديه من ملابس ضيقة جدا تبرز مفاتن جسدها وتكشف مساحة كبيرة منه لتنال أكبر قدر من المغازلة من الشباب على الهواء، وتقديم أغان لا تخلو من اللائي يتلوين كالأفاعي، وقد كشفن عن بطونهن وصدورهن، وارتدين البنطلونات الضيقة المثيرة للفتنة، أو تقديم المسلسلات المكسيكية المدبلجة

التى تقوم فيها العلاقات غير الشرعية بين شخوصها، والتى ترتدي الممثلات فيها الملابس القصيرة جدا، وهي تنظر الى الإنسان نظرة مادية بحتة، وتجعل الغريزة الجنسية هي المسيطرة على السلوك الإنساني لكل من الرجل والمرأة، أي أنها تقوم على الفرويدية، وكل هذه البرامج تثير الغريزة الجنسية في شبابنا، فهي تسهم في هدم الإنسان أكثر من إسهامها في بنائه.

هذا من ناحية ومن ناحية أخرى نجد الإعلام الإسلامي يفتقر الى مخاطبة الغرب المسيحي، وتصحيح صورة الإسلام الذى دأب الاستشراق على مدى قرون عديدة في تشويه صورته، وصورة المسلمين، وأكدت على تشويهها أجهزة الإعلام التى تسيطر عليها الصهيونية، وما تعرض له المسلمون في أوربا وأمريكا من اعتداءات ومضايقات نتيجة لذلك. كما يفتقر الى تكوين رأي عام عالمي سليم تجاه قضايانا المصيرية، وتجاه الحضارة الإسلامية، والتاريخ الإسلامي. هذا باختصار شديد واقع إعلامنا الإسلامي، فماذا عن مستقبله؟.

مستقبل الإعلام الإسلامي :

على الإعلاميين في عالمنا الإسلامي مسؤوليات جسام على جميع الأصعدة، وفي مقدمة هذه المسؤوليات:

أولا : علينا أن نتناسى كل الخلافات التى بيننا، وأن نجمع كلمتنا ونوحد صفوفنا، وأن نتخذ مواقف موحدة تجاه قضايانا.

ثانيا: الالتزام بميثاق جاكرتا للإعلام الإسلامي.

ففي الحادي والعشرين من شهر شوال عام ١٤٠٠هـ الموافق ١ سبتمبر عام ١٩٨٠م عقد المؤتمر الأول للإعلام الإسلامي في جاكرتا بأندونيسيا، وشارك فيه ما يقرب من ٤٥٠ شخصية إعلامية إسلامية من مختلف أنحاء العالم يمثلون كافة أشكال وسائل الإعلام الإسلامي، وقد أقر هذا المؤتمر ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي.

وجاء في المادة الأولى من هذا الميثاق الآتي:

الالتـــزام :

أ - بترسيخ الإيمان بقيم الإسلام ومبادئه الخلقية.

ب - بالعمل على تكامل الشخصية الإسلامية.

ج - بتقديم الحقيقة له خالصة في حدود الآداب الإسلامية.

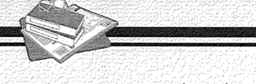
د - بتبيين واجباته تجاه الآخرين وبحقوقه وحرياته الأساسية.

وجاء في المادة الثانية الآتي:

يعمل الإعلاميون على جمع كلمة المسلمين، ويدعون الى التحلي بالعقل والأخوة الإسلامية والتسامح في حل مشكلاتهم، ويلتزمون:

١ - بمجاهدة الاستعمار والإلحاد في كل أشكاله والعدوان في شتى صوره والحركات الفاشية والعنصرية.

٢ - بمجاهدة الصهيونية واستعمارها الاستيطاني المدعم بأشكال القمع والقهر التى يمارسها العدو الصهيوني ضد الشعب الفلسطيني والشعوب العربية.



٣ ـ باليقظة الكاملة لمواجهة الأفكار والتيارات المعادية للإسلام.

وجاء في المادة الثالثة الآتي:

يلتزمون :

١ ـ بالتدقيق فيما يذاع وينشر ويعرض حماية للأمة الإسلامية من التأثيرات الضارة بشخصيتها الإسلامية وبقيمها ومقدساتها ودرء الأخطار عنها.

٢ ـ بأداء رسالتهم في أسلوب عف كريم حرصاً على شرف المهنة، وعلى الآداب الإسلامية فلا يستخدمون ألفاظاً نابية ولا ينشرون صوراً خليعة، ولا يتعاملون بالسخرية والطعن الشخصي والقذف والسب والشتم وإثارة الفتن، ونشر الشائعات وسائر المهاترات.

٤ ـ بالامتناع عن إذاعة ونشر كل ما يمس الآداب العامة أو يوحي بالانحلال الخلقي، أو يرغب في الجريمة والعنف والانتحار، أو يبعث الرعب، أو يثير الغرائز سواء بطريق مباشر أو غير مباشر.

٥ ـ بالامتناع عن إذاعة ونشر الإعلان التجاري في حال تعارضه مع الأخلاق العامة والقيم الإسلامية.

وجاء في المادة الرابعة الآتي :

يلتزمون بنشر الدعوة الإسلامية والتعريف بالقضايا الإسلامية، والدفاع عنها، وتعريف الشعوب الإسلامية بعضها ببعض، والاهتمام بالتراث الإسلامي والتاريخ والحضارة الإسلامية، ومزيد العناية باللغة العربية، والحرص على سلامتها ونشرها بين أبناء الأمة الإسلامية، وبالخصوص بين الأقليات الإسلامية.

وبإحلال الشريعة الإسلامية محل القوانين الوضعية لاسترجاع السيادة التشريعية للقرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة.. ويتعهدون بالمجاهدة من أجل تحرير فلسطين وفي مقدمتها القدس وكافة الأقطار الإسلامية المضطهدة. ويلتزمون بتثبيت فكرة الأمة الإسلامية المنزهة عن الإقليمية الضيقة والتعصب العنصري والقبلي واستنهاض الهمم لمقاومة التخلف في جميع مظاهره وتحقيق التنمية الشاملة التي تضمن للأمة الازدهار والرقي والمناعة[٣٠].

هذا هو ميثاق جاكرتا للإعلام الإسلامي، وعلى الإعلاميين في عالمنا الإسلامي الالتزام به، وكذلك الالتزام بتوصيات وقرارات هذا المؤتمر لمواجهة التحديات التي تواجه أمتنا الإسلامية.

على أصحاب رؤوس الأموال العرب والمسلمين العمل على الآتي:

١ ـ العمل على إنشاء وكالة أنباء عالمية إسلامية على مستوى وكالات الأنباء العالمية لتنوير الرأي العام العالمي بحقائق تسعى وكالات الأنباء الأجنبية التي تسيرها الصهيونية العالمية لطمسها، وتضليل الرأي العام العالمي، وتأليبه ضد المسلمين والعرب، وتشويه صورتهم.

٢ ـ إصدار صحف عالمية إسلامية، وبث قنوات فضائية بمختلف اللغات الأجنبية توضح للرأي العام

العالمي قضايانا المصيرية، وتاريخنا الإسلامي المشرف، وحضارتنا الإسلامية التى تعد أرقى الحضارات الإنسانية، فإعلامنا حتى هذه اللحظة لا يزال يخاطب نفسه، ولم توجد الى الآن لغة حوار بيننا وبين الغرب، فالصهيونية العالمية لا تزال هي التى تسيطر على الرأي العام العالمي وتوجيهه لتحكمها في معظم وكالات الأنباء العالمية، والصحافة العالمية وشبكات التلفاز العالمية، وكذلك في السينما والمسرح.

٣ - إنتاج أفلام سينمائية تاريخية ضخمة، تدبلج بمختلف اللغات توضح روعة تاريخنا الإسلامي، وعظمة الإسلام وسماحته، كما تركز على إنجازات العلماء المسلمين في مختلف مجالات العلم والمعرفة، كما تركز على القضية الفلسطينية، والمذابح التى أحدثها الإسرائيليون فى دير ياسين، وقانا، وصبرا وشاتيلا، وما يحدثونه الآن من جرائم بشعة في الأراضي المحتلة، وما أحدثوه من جرائم خلال خمسين عاماً، وعن استشهاد الطفل محمد الدرة وغيره من الأطفال، وكذلك انتاج أفلام سينمائية مماثلة عن القضية الشاشانية، والألبانية، وقضية البوسنة والهرسك، وعن ما تلاقيه الأقليات الإسلامية من اضطهاد في الفلبين، وسيرلانكا، وغيرها.

٤ - الاهتمام بالأقليات الإسلامية الموجودة في مختلف أنحاء العالم، ولا سيما في أوربا والأمريكتين، والعمل على جعلها مراكز إشعاع حضاري للعالم، وتوجه لها برامج في القنوات الفضائية المقترح إنشاؤها، بإعداد برامج عن تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، وبرامج توضح لهم أمور دينهم، وتربطهم بأوطانهم، وتحكي لهم تاريخهم، وتسهم في حل ما يواجههم من مشكلات.

٥ - على القنوات الفضائية العربية الخاصة الالتزام بميثاق جاكرتا للإعلام الإسلامي حفاظاً على بناء الشخصية الإسلامية للإنسان المسلم بناء سليماً، وحفاظاً على القيم الخلقية.

٦ - إنشاء دور نشر تهتم بترجمة كتب التراث الإسلامي والحضارة الإسلامية، والتاريخ الإسلامي، والثقافة الإسلامية الى مختلف لغات العالم، وتوزيعها في أوربا والأمريكتين على وجه الخصوص.

وهكذا نجد أن مسؤولية كبرى تقع على عاتق أصحاب القنوات الفضائية العربية الخاصة، وعلى غيرهم من أصحاب رؤوس الأموال الضخمة من العرب والمسلمين، وهذه مسؤولية يوجبها عليهم ديننا الإسلامي، فالأمة الإسلامية تمر بظروف حرجة، والرأي العام الغربي مضلل تجاه قضايانا من قبل الصهيونية العالمية التى تسيطر على معظم وسائل الإعلام الغربي، وصورة الإنسان العربي المسلم مشوهة في العالم الغربي.

وإنني أتساءل لماذا يقف الأثرياء العرب هذا الموقف السلبي تجاه أمتهم، فنحن مليار مسلم عاجزون حتى الآن عن تكوين مؤسسات إعلامية عالمية في حين أن يهود العالم الذين لا يزيد عددهم عن ثلاثة عشر مليوناً، يمتلكون معظم وكالات الأنباء العالمية والصحف وشبكات التلفاز والسينما العالمية؟.

وكلنا أمل أن يدرك هؤلاء مسؤولياتهم الدينية والوطنية.

الهوامش :

(١) ابن منظور: لسان العرب بتصرف.

(٢) د. عمارة نجيب: الإعلام في ضوء الإسلام، ص ١٦، ط ١ سنة ١٤٠٠هـ - ١٩٨٠م، مكتبة المعارف، الرياض - المملكة العربية السعودية.

(٣) المرجع السابق : ص ١٦.

(٤) المرجع السابق : ص ١٧.

(٥) د. محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ص ٢٥٩، ط ١ ، سنة ١٤٠٣هـ - ١٩٨٣م، مكتبة الخانجي بالقاهرة - دار الرفاعي بالرياض.

(٦) المرجع السابق : ص ٢٥٩، ٢٦٠.

(٧) المرجع السابق : ص ٢٦٠.

(٨) المرجع السابق : ص ٢٦١.

(٩) سورة البقرة آية ١٥٩.

(١٠) سورة البقرة آية ٢٥٦.

(١١) كان هذا الكتاب مجموعة محاضرات ألقاها جوتيه عام ١٩٠٧ - ١٩٨٠م بمدرسة الآداب العليا بالجزائر، ثم صارت كلية، وكان عنوان المحاضرة «الفلاسفة المسلمون والإسلام» (د. محمد الفيومي: الاستشراق رسالة الاستعمار)، ٢٣٦، دار الفكر العربي، القاهرة ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م.

(١٢) د. أكرم العمري: موقف الاستشراق من السنة والسيرة النبوية، ص ٥٧، مجلة مركز بحوث السنة والسيرة، العدد الثامن، سنة ١٤١٠هـ - ١٩٩٠، جامعة قطر.

(١٣) جريدة الشرق الأوسط، العدد ٧٥٣١، الصادر يوم الاثنين الموافق ١٢/٧/١٩٩٩م.

(١٤) د. محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام ص ٣٦٠.

(١٥) نجيب عقيقي: المستشرقون، الجزء الثاني، ص ٩، ط ٤، دار المعارف ، القاهرة ، مصر.

(١٦) د. سعد المولى: الحوار الإسلامي المسيحي ضرورة المغامرة، ص ١٢٨، ط ١ ، سنة ١٤١٦هـ - ١٩٩٦م، دار المنهل اللبناني، بيروت - لبنان.

(١٧) د. زينب عبد العزيز: الفاتيكان والإسلام.

(١٨) د. مختار التهامي: الرأي العام والحرب النفسية، الجزء الثاني: الأيدولوجيا والدعاية، ص ٣٤ ، ٣٥ ، دار المعارف ، مصر.

(١٩) فؤاد بن سيد عبد الرحمن الرفاعي: النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية، ص ١٢، ١٣، مكتبة زهران، القاهرة.

(٢٠) المرجع السابق : ص ٣٧ ، ٣٨.

(٢١) المرجع السابق : ص ٣٩.

(٢٢) أحمد طاهر: الأناجيل دراسة مقارنة، ص ١١، دار المعارف ، القاهرة.

(٢٣) كارين آرمسترنج: القدس مدينة واحدة ثلاث عقائد، ص ٥٨١، ٥٨٢.

(٢٤) د. ليلى حسن سعد الدين: [مثل الذين حُمِّلوا التوراة]، ص ١٢١، ١٢٢.

(٢٥، ٢٦، ٢٧، ٢٨، ٢٩) سهيلة زين العابدين حماد: وماذا بعد.. يا قدس؟ بحث لم ينشر بعد.

(٣٠) د. محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ص ٣٥٥ - ٣٥٧.



الإعـــلام الـديـنـــي والأمـ

تأتي أهمـيـة هذا الموضـوع من الأهمـيـة الكبرى لدين الإسلام العظيم، وعالمية رسالته، وذلك منذ بزوغ فجره ليبدد دياجير الظلام ومنذ إشراقة شمسه على الدنيا ببعثة نبيه سيدنا محمد ﴿صلى الله عليه وسلم﴾ يوم أن قـال الله سبحـانه له: ﴿يا أيهـا النبي إنا أرسلناك شاهدا ومبشراً ونذيرا وداعياً الى الله بإذنه وسـراجـاً منيـرا﴾ (الأحزاب/ ٤٥، ٤٦)، ويوم أن قال للبشرية أجيبي داعي الله لتخرجي من الظلمات الى النور، من ظلمات الشرك والضلال والجهل، والحيرة والتخبط، الى نور الإيمان والتوحيد، والهدى والعلم، والاستقامة واليقين. من ظلمات الذلة والمسكنة، والتمزق والتفرق والتبعية، الى نور العزة والتمكين، والنصر والتأييد، والقوة والاعتصام، والسيادة والقيادة، يوم عرفت أمة سـيـدنا مـحـمـد ﴿صلى الله عليـه وسلم﴾ مكانتـهـا بقـول الله تعالى لهـا: ﴿وكـذلك جعلناكم أمة وسطاً لتكونوا شهداء على الناس ويكون الرسول عليكم شهيدا﴾ (البقرة/ ١٤٣). وعرفت مهمتها وأسمى خصائصها بقوله تعالى: ﴿كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر وتؤمنون بالله ولو آمن أهل الكتاب لكان خيراً لهم﴾ (آل عمران/ ١١٠).

بقلم: **د. على بن جبرير الدومري**

عضو هيئة التدريس بجامعة الملك سعود
– الرياض –

من هنا تتضح أهمية هذا الموضوع «الإعلام الديني» أي الإعلام بالدين الإسلامي، وليس بأي دين من الأديان الأخرى المحرفة التى فقدت عصمتها منذ أن طالتها أيدي الذين يحرفون الكلم من بعد مواضعه، إنما المقصود هنا الإعلام بالدين الإسلامي الذي ارتضاه الله سبحانه للعالمين ديناً لا يقبل سواه

ـل المـرتقـب

{ومن يبتغ غير الإسلام ديناً فلن يقبل منه وهو في الآخرة من الخاسرين} (آل عمران/ ٨٥).

إن الباحث المتأمل لواقع الإعلام المعاصر يرى أن الوسائل الإعلامية في المجتمعات غير الإسلامية قد انطلقت من عقائد فاسدة وخلفيات فلسفية ضالة، كما هو الشأن في الإعلام الشيوعي الذي يستمد من العقيدة الماركسية اللينينية ذلك المذهب الإلحادي والفكر الفلسفي المنحرف، أو الإعلام الغربي الذي ينطلق من مفهوم الحرية الفردية المنفلتة بغير قيود ولا حدود والتى طبعت أغلب الوسائل الإعلامية بطابع الإباحية والفوضى الحيوانية. كما يلاحظ أيضا أن القائمين على الدعاية للأديان المحرفة عن الحق الى الغلو والضلال ممن يوصفون بأنهم مبشرون قد اتخذوا من وسائل الإعلام مطية طيعة لنشر ضلالاتهم والدعاية لترهاتهم وأهوائهم وغلوهم، مما قد حذر الله منه أهل تلك الديانات بقوله تعالى **{قل يا أهل الكتاب لا تغلوا في دينكم غير الحق ولا تتبعوا أهواء قوم قد ضلوا من قبل وأضلوا كثيراً وضلوا عن سواء السبيل}** (المائدة/ ٧٧). فلقد استخدم المنصرون الغربيون إذاعات تبشيرية خاصة وقنوات تليفزيونية فضلا عن الصحف والأنترنت وغيرها من الوسائل لنشر حملاتهم التنصيرية التى يزعمون أنها تبشيرية. وهم كما قال الله فيهم **{قد ضلوا من قبل وأضلوا كثيرا وضلوا عن سواء السبيل}**.

وهنا أقول: إذا كانت تلك جهود أهل الباطل في نشر باطلهم عبر وسائل الإعلام، أفليس من الواجب على أهل الحق والدين الصحيح المسارعة إلى استخدام وسائل الإعلام في نشر الدين الإسلامي انطلاقاً من العقيدة الصحيحة ونشراً لأخلاقيات الإسلام وآدابه وسلوكياته؟ أليس من الواجب أيضاً على أهل الحق مقارعة أهل الباطل الحجة بالحجة عبر الوسائل الإعلامية المعاصرة؟.

إن لنا في رسول الله سيدنا محمد {صلى الله عليه وسلم} أسوة حسنة، إذ لم يكن عليه الصلاة والسلام ليتردد في استخدام الوسائل التى كات موجودة في عهده لنشر الإسلام أولا، وللدفاع عن الاسلام وأهل الإسلام ثانيا؛ وذلك بعد أن فرغها من المفاهيم الجاهلية وهذبها بالمفاهيم الإسلامية بالاضافة الى الوسائل الجديدة التى ظهرت بظهور الإسلام؛ فهناك الأذان وصلاة الجمعة والجماعة والأعياد وجماهير الحجيج في موسم الحج، كما ظهرت وسيلة الرسائل النبوية لتمثل صورة رائعة من صور الإعلام الدولي حيث بعث بها النبي {صلى الله عليه وسلم} الى ملوك الأرض من عرب وعجم ورؤساء القبائل وأمرائها. أما الخطابة فقد كانت مكان الصدارة في تلك الوسائل كلها إذ أن رسول الله

** على المسلمين الإفادة الكاملة من معطيات الإعلام الحديث .

** المصداقية .. أقرب الطرق لوجدان المشاهد .

** المجتمع شرائح متنوعة، يستوجب التنوع في أسلوب الخطاب.

{صلى الله عليه وسلم} وهو أخطب العرب قاطبة وأفصحهم قد عول على الخطابة كثيراً في مواجهة الجماهير منذ أن أنزل الله عليه **{يا أيها المدثر قم فأنذر}** (المدثر/ ١، ٢). وقوله تعالى **{يا أيها الرسول بلّغ ما أنزل إليك من ربك وإن لم تفعل فما بلغت رسالته}** (المائدة/ ٦٧)، كما اتخذ النبي {صلى الله عليه وسلم} شعراء يدافعون عنه ويواجهون الأعداء بقصائدهم القوية التى تقع عليهم أشد من وقع الرماح والنبال وتمثل حرب أعصاب، تفل عزائم الأعداء. وشواهد ذلك كثيرة في قصائد حسان بن ثابت رضي الله عنه وكعب بن مالك وعبد الله بن رواحة رضي الله عنهم أجمعين.

ولنقف أيضاً مع مبادرة الرسول {صلى الله عليه وسلم} الى مقارعة الأعداء الحجة بالحجة وفي وقت الحدث وأمثلة ذلك كثيرة نكتفي بتلك المواجهة على الهواء مباشرة بين ابي سفيان وبين كبار الصحابة عقب معركة أحد التى هُزم فيها المسلمون فلقد أراد أبو سفيان أن يشن حرب أعصاب كلامية على المتبقين على قيد الحياة من أصحاب سيدنا محمد {صلى الله عليه وسلم}، وقد كان أبو سفيان غلب على ظنه أن النبي {صلى الله عليه وسلم} قُتل في تلك المعركة.

صعد أبو سفيان الجبل ومعه رهط من كفار قريش وأشرف على الشِّعب الذي فيه النبي {صلى الله عليه وسلم} جريحاً ومعه بعض كبار الصحابة على رأسهم أبو بكر وعمر رضي الله عنهما، ولم يكن أبو سفيان يعرف من اولئك النفر الذين أووا الى الشعب. فكان مما قال منادياً بأعلى صوته: أفيكم محمد؟ فلم يجبه أحد..

فقال: أفيكم أبو بكر أفيكم عمر؟ فلم يحرص النبي {صلى الله عليه وسلم} على الرد فلما قال: أعلُ هُبل.. أعلُ هُبل، أمر النبي {صلى الله عليه وسلم} أن يرد عليه الصحابة: الله أعلى وأجل. فلما قال: لنا العزى ولا عزى لكم، أمر النبي {صلى الله عليه وسلم} بالرد: الله مولانا ولا مولى لكم.

هكذا إذن يتضح لنا أهمية الإعلام الديني بكل أشكاله وصوره اقتداءاً برسولنا الكريم. إن المسلمين

في هذا العصر قد أتيح لهم من الوسائل الإعلامية ما يمكنهم الإعلام بالدين الإسلامي عبرها لا سيما وقد تطورت الوسائل في هذا العصر تطوراً مذهلا حتى أصبح يطلق على العالم كله من سكان الكرة الأرضية «قرية إليكترونية صغيرة». لقد أصبح واضحاً أن «الإعلام ضرورة ماسة للمسلمين»[١].

ولكن ما يدعونا للأسف أن واقع الإعلام العربي والإسلامي لم يخدم دين الإسلام بالقدر الذي يستحقه عن طريق وسائله الإعلامية إلا ما رحم الله.

إن على الأمة الإسلامية أن تبادر الى تحمل مسئوليتها في الإعلام بالدين الإسلامي، فتهيء له رجالا مخلصين، نعم أقول رجال إعلام مخلصين لدينهم الإسلام، فإن القائم بالإعلام الإسلامي يجب أن يكون قد أعد إعدادا مناسباً للقيام بهذه المهمة بحيث يكون ملماً بأصول الدين الاسلامي متحمساً لنشر تعاليمه ويكون - في الوقت نفسه - على علم تام بوسائل الإعلام الحديثة وأساليبه المتنوعة وذلك حتى «يمكنه صياغة المنهج الاسلامي في أساليب فنية جذابة محبوبة وتقديمها عبر الأجهزة الحديثة والمتطورة[٢].

كما يجب على القائمين بالإعلام الديني أن يكونوا على علم بالجمهور المستقبل حتى يخاطب كل فئة من فئات الجمهور المستقبل بما يناسبها. ولقد كان النبي [صلى الله عليه وسلم] على معرفة تامة بالجماهير والأفراد الذين يخاطبهم أو يرسل اليهم أحد أصحابه رضوان الله عليهم، وذلك من اجل أن يخاطبهم بما يصلح لهم فقد أرسل معاذ بن جبل رضي الله عنه الى أهل اليمن مبلغاً عن رسول الله [صلى الله عليه وسلم] بعد أن اخبره بقوله «إنك تأتي قوماً أهل كتاب فليكن أول ما تدعوهم اليه شهادة أن لا إله إلا الله وأن محمداً رسول الله، فإن هم أجابوك لذلك فأخبرهم أن الله افترض عليهم خمس صلوات في اليوم والليلة» الى آخر الحديث. فأخبره عن جمهور المتلقين وزوده بخلفية كافية عن دينهم والأسلوب الذي يتبعه معهم.

وهكذا كان النبي [صلى الله عليه وسلم] على معرفة بالمخاطبين برسالته فيخاطب أهل مكة بخطاب يناسبهم ويوجه الخطاب الى الأنصار أهل المدينة بأسلوب يصلح لهم وهكذا يختلف الأسلوب في «مخاطبته لليهود وعن مخاطبته للمنافقين، وللأعراب، وتراه يوجز تارة ويوضح تارة حسب الجمهور»[٣].

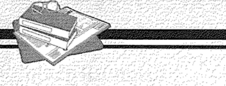
إن الإعلام الديني الإسلامي ينبغي أن يكون أصيلا أصالة الاسلام ناصعاً نصاعة الإسلام صادقاً صدق رسالة الإسلام، «ينطلق من أصول عقدية أساسية أهمها التوحيد والإتجاه الى الله وحده بالعبادة. ويتحاكم هذا الإعلام الى كتاب الله وسنة رسوله ويتبع شريعته في الحياة كلها، كما يستمد منها قيمه الأخلاقية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية»[٤].

إن الأمة الإسلامية وقد أدركت اليوم أهمية

الاعـلام وقـامـت مـشكورة ممثلة في رابطة العـالم الإسلامي بعقد مؤتمر الإعلام الإسلامي أصدرت في أول لقـاء لهـذا المؤتمر «مـيثـاق الشـرف الإعـلامي الإسـلامي» ليكون منهـاجاً نظرياً واضـحاً يلتزم به الإعلاميون المسلمون. وقد تكوّن الميثـاق من أربع مـواد خـلاصـتـهـا: الالتـزام بترسيخ الإيمان بقيم الإسلام ومبادئه الخلقية، والعمل على جمع كلمة المسلمين والتـصـدي لأعـداء الإسـلام والمسلمين، والإلتزام بالدقة فيمـا يذاع وينشر ويعرض للأمة الإسلامية من التأثيرات.. وأداء الرسالة في أسلوب عف كـريم حـرصـاً على شـرف المهنة وعلى الآداب الإسـلامـيـة وتأتي المادة الرابعة والأخـيـرة في ذلك الميـثـاق لتلزم الإعـلامـيين المسلمين بنشـر الدعـوة الإسلامية (والتعريف بالقضايا الإسلامية والدفاع عنها وتعريف الشعوب الإسلامية بعضـهـا ببعض، والاهتمـام بالتراث الإسـلامي والتاريخ والحضـارة الإسلامية ومزيد العناية باللغة العربية والحرص على سـلامـتـهـا ونشـرهـا بين أبناء الأمـة الإسـلامـيـة وبالخـصـوص بين الأقليـات الإسـلامـيـة، وبإحـلال الشـريعـة الإسـلامـيـة مـحل القـوانين الوضـعـيـة لاسترجاع السيادة التشريعية للقرآن والسنة)[٥].

وختاماً فإننا نرى أن الإعلام الديني الإسلامي إذا قام به المخلصون من المسلمين وانطلق الإنطلاقة الصحيحة الأصيلة ممثلاً «صوت الإسلام ولسانه وقلمه وبيانه وكان معبرا عن عقيدته وأحكامه وشرائعه، المبين لآدابه وأخلاقه»[٦]، فإنه سيصبح يتبوأ دوراً ريادياً وقيادياً ليس في مجتمع المسلمين فحسب وإنما في المجتمع الإنساني بكامله، وذلك لأنه يستمد قوته من قوة الإسلام وشموليته من شمولية رسالة الإسلام الذي وعد الله رسوله بأن يظهره على سائر الأديان ولو عاند من عاند من الأعداء وكره من كـره **{هو الذي أرسل رسـوله بالهـدى ودين الحق ليظهـره على الدين كله ولو كره المشـركون}**. **{والله غالب على أمره ولكن أكثر الناس لا يعلمون}**.

نقـول هذا ونعتـقـده واثقين بالله، لنخـتم هذا البـحث بالبـيـان بأنه قـد ظهـرت في العـالم نماذج للإعلام الديني الإسلامي الناجح، فلقد بذلت الجهود في ميدان الإعلام الديني الإسلامي ونجحت الى حد كبير عبر الإذاعات الإسلامية وبخاصة إذاعة نداء الإسلام وإذاعة القرآن الكريم من المملكة العربية السعودية، التى أنشأها الملك فيصل رحمه الله لخدمة الإسـلام والمسلمين. وذكـر بدر كـريم أن من أهم أهدافها *إذاعة القرآن الكريم* مجوداً ومرتلا، *وإذاعة* ما تيسر من الأحاديث والبرامج الدينية المتعلقة بأحكام القرآن الكريم وبعلومه وتفسيره[٧]. وعبر البرامج الدينية في القنوات الفضائية المحلية والعالمية وعبر شبكات الأنترنت، أما الشريط الإسلامى فقد أصبح في هذا العصر من أقوى الوسائل في الإعلام الديني سواء كان شريطاً مسموعاً أو مصوراً. كما



أن الصحف والمجلات التى عنيت بنشر تعاليم الدين الإسلامي ومعالجة القضايا الفردية والاجتماعية على ضوء الإسلام قد أدت دوراً لا بأس به في الإعلام الديني وأقرب مثال على ذلك مجلة الدعوة السعودية، ومجلة البيان، ومجلة المجتمع الكويتية، ومجلة الإصلاح وغيرها. ومع ذلك كله فإني أقول ونحن في عصر الفضائيات، إن الفضائيات المتخصصة لنشر الدين الإسلامي تبقى حلماً يراود كل المسلمين لتكون وسائل إعلام دينية كبرى تنطلق من عقيدة الإسلام الصافية وتنشر فضائله وتدعو إليه، فعسى أن ترى النور قريباً ويقيض الله سبحانه وتعالى لها رجال إعلام مخلصين شعارهم قول الله تعالى {**ادع الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن**}، (النحل/ ١٢٥) وقوله سبحانه {**قل هذه سبيلي أدعو الى الله على بصيرة أنا ومن اتبعني وسبحان الله وما أنا من المشركين**} (يوسف/ ١٠٨).

الهوامش :

(١) محمود محمد سفر، الإعلام موقف، ط ١ جدة، تهامة ١٤٠٢هـ، ١٩٨٢م، ص ٦٥.

(٢) عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، الطبعة الأولى (بيروت، عالم الكتب، ١٤٠٦هـ) ص ٣٩.

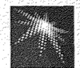
(٣) عبد الوهاب كحيل، المرجع السابق.

(٤) ابراهيم إمام، أصول الإعلام الأسلامي (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٤٠٥هـ، ١٩٨٥م) ص ٤٧.

(٥) ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي، نظمته رابطة العالم الإسلامي وعقد في الفترة من ٢١ ـ ٢٥ شوال ١٤٠٤هـ في جاكارتا. وورد ملحقاً بمواده الأربع كاملة في كتاب الإعلام موقف، لمحمود محمد سفر ص ١٠٥، ١٠٦.

(٦) محمد عجاج الخطيب، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، الطبعة الثانية (بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٤٠٧هـ) ص ١٧.

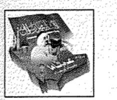
(٧) بدر كريم: نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي، الطبعة الثالثة (١٤٢٠هـ ـ ٢٠٠٠م)، ص ١٤٢. كما نشرت مجلة المنهل خبر إنشاء هذه الإذاعة المباركة وأنها كانت بناء على توجيهات جلالة الملك فيصل وتفاءلت مجلة المنهل بإذاعة القرآن الكريم خيراً، وأفادت قائلة: «إنها في الحقيقة بشرى لكل المواطنين ولجميع المسلمين»، انظر مجلة المنهل، العدد رقم ١، شهر محرم من عام ١٣٩٢هـ، ص ١٤٩. وقد تطورت هذه الإذاعة، وخطت خطوات واسعة في خدمة الإسلام. وقد كانت رسالتي للماجستير أول رسالة علمية عن هذه الإذاعة المباركة (إذاعة القرآن الكريم) ثم تبعتها بحوث ورسائل مثل رسالة اسماعيل النزاري للدكتوراه عن هذه الإذاعة المباركة أيضا.

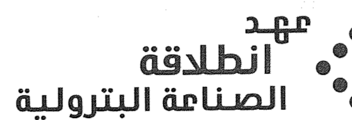


ارامكو السعودية
Saudi Aramco

- ١٤٠٢ — مطلع عهد الفهد
- ١٤٠٣ — خمسون عاماً من عمر الشركة
- ١٤٠٤ — أول رئيس سعودي للشركة
- ١٤٠٥ — معمل الغاز في ينبع
- ١٤٠٦ — إضافة جديدة لشبكة الغاز
- ١٤٠٧ — الفهد في رأس تنورة
- ١٤٠٨ — خمسون عاماً من الإنتاج
- ١٤٠٩ — إطلاق الأعمال الدولية
- ١٤١٠ — مزيد من الاكتشافات النفطية
- ١٤١١ — مكافحة أكبر تسرب نفطي
- ١٤١٢ — أعمال دولية في شرق آسيا

وإذا كان من حق كل مواطن وكل قطاع في هذا البلد الأمين أن يفخر ويعتز بما تحقق من إنجازات هائلة منذ تولي خادم الحرمين الشريفين مقاليد الحكم فإن للصناعة البترولية السعودية، ممثلة في أرامكو السعودية، النصيب الوافر من هذا الفخر والاعتزاز، إذ أن الرؤية المستقبلية الواضحة والوطنية والجريئة لخادم الحرمين الشريفين، أيده الله، قادت هذه الصناعة الحيوية إلى التحول من صناعة تتركز في مجالي التنقيب والإنتاج ضمن نطاق جغرافي محدود في المملكة، إلى صناعة بترولية عملاقة رائدة متكاملة تغطي جميع أعمال صناعة الزيت والغاز في كل أرجاء المملكة وفي بقاع عديدة من العالم. ويكفي أرامكو السعودية فخرا أن يده الكريمة هي التي اختطت المرسوم الملكي الكريم الذي أسسها وجعل صناعتنا





عهد انطلاقة الصناعة البترولية

في الحادي والعشرين من شعبان عام ألف وأربعمائة واثنين، أراد الله سبحانه وتعالى أن تتواصل مسيرة القيادة الحكيمة الخيّرة في بلادنا الغالية، المملكة العربية السعودية، أعزها الله، بتولي خادم الحرمين الشريفين، الملك فهد بن عبد العزيز آل سعود، حفظه الله، مقاليد الحكم في البلاد.

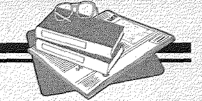
ومع أن هذا اليوم وهذا الحدث العظيم مثلا انطلاقة جديدة لبلدنا في جميع الميادين، إلا أن فهد بن عبد العزيز، هذا القائد الفذ، لم يكن أبدا غريبا عن مدارج القادة العظام أو مواقع الإنجازات العملاقة، تشهد له بهذا الإنجازات المتميزة التي حققها أو غرس بذرتها في حقل التعليم منذ أن كان أول وزير للمعارف قبل زهاء خمسين عاما، وفي ميادين الأمن والتخطيط الحضري منذ توليه وزارة الداخلية، وفي ميادين التنمية الصناعية والاقتصادية والتخطيط التنموي بكل أبعاده عندما حمل بكل اقتدار أمانة ولاية العهد.

فلما كان اليوم الذي تولى فيه فهد بن عبد العزيز سدة القيادة، وضع يده الكريمة في أيدي إخوانه وأبناء شعبه الوفي المحب وسار بهم ومعهم، يداً بيد، يرتقي سلم المجد في خطوات ثابتة واثقة، ويقودهم بوعي وبصيرة ثاقبة من إنجازات عظيمةٍ إلى إنجازاتٍ أعظم.



البترولية سعودية الوجه واليد واللسان، اسما وجسما، وأن ما حظيت به أرامكو السعودية من حسن توجيهه وكريم دعمه ورعايته، أعزه الله، كان، بفضل الله وتوفيقه، السبب في ارتقائها قمة الصناعة البترولية العالمية بلا منازعٍ خلال السنوات الاثنتي عشرة الماضية على التوالي.

ولا تجد أرامكو السعودية في هذه المناسبة العزيزة ما تقوله خيرا من التوجه إلى الله العلي القدير أن يجزي خادم الحرمين الشريفين، لقاء إخلاصه ونصحه لأبناء شعبه، خير ما يجزي قائداً عن أمته، ويمتعه، وسمو ولي عهده الأمين وسمو النائب الثاني، بالصحة والسعادة والرضا، وأن يديم على بلادنا الغالية نعمة الخير والأمان في ظل قيادتها الحكيمة، إنه جل وعلا سميع قريب مجيب.



أزمة الوعى بالإسلام فى الإعـ

ربما كانت الأحداث الأخيرة تشكل واحدة من اكبر الأزمات التى يتعرض لها المسلمون والإسلام في التاريخ المعاصر. فلم يحدث أن وقف الإسلام وأتباعه هذا الموقف يواجهون فيه مختلف التيارات السياسية والفكرية بل والدينية فى العالم. وعلينا أن نعترف أننا نواجه أزمة حقيقية ليس مع الغرب وحده بل ومع غيره من الشعوب. فالربط بين العنف والإرهاب وبين الإسلام سمة المعالجات الإعلامية في آسيا وأوروبا الشرقية وأمريكا اللاتينية بل وفي افريقيا أيضا منذ انفجارات الحادى عشر من سبتمبر الماضي.

إن ذاكرة الشعوب ربما لا تحتفظ طويلا بتفاصيل الأحداث الأخيرة وسرعان ما يطوى الزمن هذه الأحداث ولكن المأزق الحقيقى يكمن في أن أي محاولة لتجريد الأحداث لاختزانها في الذاكرة الجماعية لهذه الشعوب سوف تحتفظ بالإسلام مكونا أساسيا في الصورة العامة لهذه الأحداث التى سوف تبقى عبر الزمن.

بقلم : **د. حمدى حسن**

وكيل كلية الإعلام والألسن جامعة مصر الدولية
رئيس قسم الصحافة بمعهد الأهرام الأقليمي للصحافة

على المدى البعيد سوف تظل المشكلة قائمة في القدرة على استدعاء مسؤولية الإسلام والمسلمين عن هذه الأحداث في حالة وقوع أحداث يكون المسلمون أطرافا فيها وفي الحالات التى يكون فيها المغامرون السياسيون راغبين في استعداء الشعوب على الإسلام والمسلمين. فالأخطر في المشكلة الراهنة هي **أن خلفية من التفكير المعادى للإسلام والمسلمين يتم بناؤها لدى كثير من شعوب العالم خلال الأسابيع الستة الماضية. وسوف يكون لهذه الخلفية تأثير قوى في المستقبل.**

التساؤل المهم الآن يتعلق بالكيفية التى انتشرت بها ملامح العداء للإسلام والمسلمين عالميا خلال الأسابيع المنصرمة وما الذى ساعد على هذا الانتشار السريع والعنيف نسبيا؟.

إن موقف الغرب من الإسلام والمسلمين كما تعبر عنه وسائل الإعلام الغربية اليوم ليس مفاجأة

ـلام الغربي [*]

لأحد، والقوى التى تسعى الى الوقيعة وزيادة الفجوة بين الحضارتين الغربية والإسلامية ليست خافية على أحد.

في السنوات القليلة السابقة على الأحداث الأخيرة كانت هناك الكثير من المؤشرات الدالة على تحسن نسبى في الاتجاهات نحو الإسلام والمسلمين. في العام قبل الماضى **اعترف الكونجرس الأمريكى بالصورة المشوهة التى يعالج بها الإسلام في وسائل الإعلام الأمريكية وفي بريطانيا أصبح المسلمون جزءا من النظام السياسى البريطاني واعترفت النمسا بالإسلام ديانة رسمية واكتسبت الأقليات الإسلامية في بلدان أوروبا وكندا أهمية متزايدة على الصعيدين السياسي والاقتصادي.** وأصبحت الدراسات الإسلامية جزءا من البرامج الأكاديمية في معظم الجامعات الكبرى. وفي اليابان اعترف اليابانيون بضرورة العمل على نشر فهم حقيقى للإسلام بين المواطنين اليابانيين باعتبارها ضرورة للمعاملات الاقتصادية والسياسية والثقافية مع بلدان العالم الإسلامى. هذا التحسن النسبى كان في معظمه تعبيرا عن رؤى الدوائر السياسية والاقتصادية الرسمية دون أن يكون لهذا التحسن النسبي أي تأثير في دوائر الرأي العام في المجتمعات الغربية. ولأن طبيعة النظم السياسية لدى المسلمين بنيت على أن رؤى الحكومة هى رؤى الشعوب، فإننا في الواقع لم ندرك أبعاد الصورة العامة للإسلام والمسلمين لدى الغربيين على وجه التحديد.

هذا الموقف يتكرر الآن فوسائل الإعلام العربية تتناقل كثيرا تصريحات القادة السياسيين بشأن الإسلام والمسلمين وهى إيجابية بالضرورة ولكنها لا تعبر عن موقف الدوائر غير الرسمية في هذه المجتمعات. فمن الواضح أن لعبة المصالح هي الدافع الأساس لمثل هذه التصريحات والمواقف.

دراسة أجريت على عينة من الصحف البريطانية والأمريكية في معهد الأهرام الإقليمى للصحافة بهدف التعرف على الكيفية التى تناولت بها ست من هذه الصحف الإسلام والمسلمين خلال أربعة اسابيع تالية لهجوم الحادى عشر من سبتمبر. هذه العينة تشمل الواشنطون بوست، الهيرالد تريبيون، النيويورك تايمز، لوس أنجلوس تايمز، الجارديان، الديلى تلجراف. وعلى الرغم من أن الدراسة لا تزال في طور التحليل، إلا أن هناك العديد من المؤشرات التى يمكن إيجازها فيما يلى:

أولا: كانت الصحافة الأمريكية وبدرجة اقل

البريطانية أسبق من الإدارة الأمريكية في الإشارة الى اتهام المسلمين بالمسؤولية عن الانفجارات التى وقعت في واشنطون ونيويورك.

ثانيا: ظلت الصحف الأمريكية والبريطانية تعالج قضية الإرهاب باعتبارها قضية مسلمين وليست قضية إسلام حتى بدأت تظهر تصريحات متكررة من الإدارة الأمريكية بمسؤولية نفر من المسلمين عن هذه الانفجارات.

ثالثا: بدأت الصحافة الأمريكية الهجوم المباشر على الدين الإسلامي باعتباره دينا يحض على العنف والانتقام وكان هذا النمط من المعالجة الصحفية متوازيا مع الهجوم على المسلمين.

رابعا: ظهور فكرة الثأر والانتقام من مرتكبى هذه التفجيرات تحولت الى رغبة في الانتقام من كل من هو مسلم سواء داخل الأراضى الأمريكية أم خارجها. كان تلكؤ الإدارة الأمريكية - من وجهة نظر البعض - في الثأر سببا لتعبئة الرأى العام الأمريكى لأن يأخذ ثأره بنفسه ممن صورتهم وسائل الإعلام بأنهم أعداء الحرية والديموقراطية والحرية والشعب الأمريكى المقدس. وفي هذا الإطار تعرض كل من يحمل صفة تقربه من المسلمين أو العرب للعداء.

وخلال هذه المرحلة من معالجة الصحافة البريطانية والأمريكية للإسلام والمسلمين يمكن رصد عدد من الأساليب التى استخدمت لتكريس العداء ضد الإسلام وأتباعه:

١ - الدفع بالقراء نحو الاعتقاد بمسؤولية الإسلام والمسلمين عن التفجيرات دون التفكير فيما إذا كانت هناك أدلة على ذلك أم لا. فالخطاب الإعلامى كان مشحونا وعاطفيا الى درجة تتجاوز المنطق الأولى.

٢ - الربط بين الأحداث وبين معان لها أهمية قصوى لدى الجمهور. وقد بدأ هذا الأسلوب الرئيس الأمريكى نفسه حينما خرج أول بيان له حول الأحداث يقول إن الحرية والديموقراطية تعرضت اليوم لهجوم إرهابي. هذا الأسلوب اتبعته الصحافة الأمريكية والبريطانية وعلى هامش هذا الأسلوب ظهرت مقولات الهمجية والبربرية والتخلف عند المسلمين. الصحافة البريطانية استخدمت هذا الأسلوب بكثافة لتبرير مشاركة بريطانيا الولايات المتحدة في الأعمال العسكرية حيث إن الحرية والديموقراطية اليوم في خطر.

٣ - لجأت الصحافة الأمريكية والبريطانية الى تخصيص مساحات واسعة لشخصيات ذات تأثير في المجتمع للإدلاء بشهادتها المعادية والداعمة للأهداف التى كانت تعمل من أجلها في هذه

المرحلة. وهو ما كُنَّا نراه مثلا في أقوال صمويل هنتنجتون بأن المسلمين يشكلون ٢٠٪ من سكان العالم وهم وحدهم مسؤولون عن ٨٠٪ من الصراعات والاضطرابات في عالم اليوم.

٤ ـ تم تبرير الهجوم على الإسلام والمسلمين في الصحف الأمريكية والبريطانية على أنه عمل من أجل المجتمع ومصالح الشعوب والحضارة الغربية، حيث إن الخطر يكمن في هذه الأفكار التى يمثلها الإسلام ويعمل من أجلها المسلمون.

٥ ـ ظهر التحيز المستتر واضحا في موقف الصحافة الأمريكية والبريطانية ضد الإسلام. فتم انتقاء أحداث وأفكار سحبت خارج سياقها وتقديمها على أنها الصياغة النهائية للفكر الإسلامي. قدمت العديد من المجتمعات الإسلامية ومنها مصر والسعودية بشكل واضح التحيز.

٦ ـ كانت مواكبة التيار السائد أكثر الأساليب شيوعا في المعالجة ليس فقط في الصحف الأمريكية والبريطانية بل والعديد من الصحف في العالم. فإذا كان الجميع يعادون الإسلام والمسلمين اليوم فلم لا تنضم إليهم أنت الآخر. وذلك واضح فيما نقلته الصحف البريطانية والأمريكية عن صحف كثيرة في مناطق واسعة من العالم.

خامسا: حينما بدأت الإدارة الأمريكية تعبئة الرأى العام العالمى لتكوين التحالف اكتشفت أنها اشعلت حربا للكراهية ضد المسلمين على أراضيها، وكان من الضرورى مواجهة هذه الحرب أولا. فالإدارة الأمريكية لم تتوقع هذا القدر من التسرع في الانتقام والعنف لدى مواطنيها.

سادسا: بدأت الصحافة الأمريكية في خط مواز لتصريحات المسؤولين في الإدارة الأمريكية والحكومة البريطانية التراجع عن الكثير من الأفكار التى سبق وأن روجت لها. وتكشف الدراسة التحليلية عن أن الصحافة الأمريكية والبريطانية تراجعت في هجومها على الإسلام دينا وعقيدة قبل أن تبدأ التراجع في هجومها على المسلمين. التراجع عن الهجوم على المسلمين في الغالب انصب على الجاليات المسلمة التى تعيش في الولايات المتحدة وبريطانيا بسبب المشكلات التى ظهرت وهددت التعايش داخل هذه المجتمعات، في حين استمر الهجوم على العديد من الدول الإسلامية الأخرى.

سابعا: هذا التراجع الملحوظ بدأ يثير العديد من التساؤلات عن حقيقة الإسلام والمسلمين لدى البريطانيين والأمريكيين. وهو أمر نلاحظه بشدة في ظاهرتين:

ـ زيادة المساحات التى خصصت للدين

الإسلامي في وسائل الإعلام الأمريكية والبريطانية ومواقع وكالات الأنباء والمحطات الإخبارية على الإنترنيت وظهور العديد من علماء الدين والمفكرين المسلمين كثيرا للحديث عن الإسلام بل وظهر الكثير من رجال الدين المسيحى أيضا للحديث عن الإسلام.

- الزيادة الملحوظة في مبيعات الكتب التى تتحدث عن الإسلام وبصفة خاصة كتب التفسير والحديث، فقد زادت مبيعات الكتب الدينية الإسلامية باللغة الانجليزية في الولايات المتحدة خلال النصف الثانى من اكتوبر بنحو ٣٥٠٪.

ثامنا: المرحلة الراهنة من المعالجات الصحفية للإسلام والمسلمين ارتكزت على فكرة التعايش الممكنة مع الإسلام والمسلمين وضرورة البحث عن صيغة أفضل لفهم الإسلام. ولعلى أشير هنا في خطوط عريضة للأفكار الرئيسية التى تمت معالجتها:

- خطأ العقلية الأمريكية في تحديد مكانة الإسلام. فالمكانة الصحيحة للإسلام هي بين العقائد التوحيدية أو السماوية وليس مع الهندوسية والبوذية أو الكونفوشسية. فهو ليس دينا أجنبيا نسمح بوجوده من باب حرية الفرد وحرية العقيدة في المجتمع بل هو دين سماوي. وكما أن الإيطاليين ليسوا جميعا أعضاء في عصابة المافيا، فإن المسلمين جميعا ليسوا أعضاء في منظمات إرهابية. (جون اسبسيتو/ مدير مركز فهم الإسلام والمسيحية في جامعة جورج تاون).

- لا يمكن أن يتم اختزال الإسلام في أزمة النفط عام ١٩٧٣ وثورة الخمينى في العقلية الأمريكية. الإسلام دين وحضارة تدين لها الحضارة المعاصرة بالكثير.

- مايكل ليرنر حاخام يهودى يرى أن اليمينيين المتطرفين سوف يرون فيما وقع فرصة لتحجيم الحريات العامة وزيادة الإنفاق العسكرى حتى ولو تم ضخ المزيد من الكراهية ضد دين لا يعرف هذا العنف وهذه الكراهية.

- ماركوس بورج أستاذ علوم الدين في أورجون ستيت: الأصولوين (وهو التعبير المرادف للمتطرفين في الغرب) في العالم الإسلامي قلة وهم موجودون في المسيحية وفي اليهودية على السواء والجهاد في الإسلام له معنى روحانى في الأساس، فالمعنى الحقيقى للجهاد هو جهاد النفس كما قال نبى الإسلام.

- كارين أرمسترونج راهبة كاثوليكية سابقة وكاتبة بريطانية صحفية لها عدة كتب عن الإسلام والمسيحية واليهودية: الأصولية حركة سياسية في الأصل وليست حركة دينية في الأديان الثلاثة وتضيف: إن معنى كلمة الإسلام السلام. وعندما

نزل الوحى على نبي الإسلام بالكتاب السماوى القرآن كان الهدف الأساسي هو مكافحة الشر والقضاء على العنف ولقد اضطر نبي الإسلام لاستخدام القتال فقط للدفاع عن النفس أمام هجوم العرب الملحدين الذين كانوا يتسمون بالعنف والوحشية.

إن بعض الكتابات الإيجابية عن الإسلام في الصحافة الغربية في الآونة الأخيرة لا ينبغى أن تدفعنا الى حدود الخطر وهي أن نعتقد أن الغرب أصبح أكثر فهما للإسلام. فلا تزال حدود الوعى بالإسلام في الإعلام الغربي واهية جدا ولا تزال طبيعة الوعى بالإسلام ذات طبيعة براجماتية بحتة. فالتحولات في تغطية الإسلام في الإعلام الغربى مؤخرا ارتبطت بمصالح الغرب في تهدئة مشاعر العداء للإسلام والمسلمين لأسباب محلية وعالمية.

غير أن هذه التحولات فرصة مواتية لنا في العالم الإسلامي تدعمها رغبة حقيقية لدى الشعوب الغربية في أن تعرف حقيقة هذا الدين والغايات التى يسعى إليها. لقد فقد الأمريكيون والبريطانيون الثقة فيما تقوله وسائل الإعلام التى ينظرون إليها على أنها وسائل موظفة لخدمة حرب لا يرون لها هدفا أو نتيجة. ومن ثم كانت التحولات ملحوظة نحو الكتب للتعرف على الحقيقة التى غابت في التغطية الإعلامية. الكتب الدينية زادت مبيعاتها ٣٠ مليون نسخة في أسبوع بيعت من كتاب يتحدث عن الآخرة، الكتب التى تتحدث عن شعوب الشرق الأوسط ومشكلة فلسطين زادت مبيعاتها بنسبة ٢٥٠٪، ٥٠ مليون خريطة لأفغانستان والعالم الإسلامي بيعت في أسبوعين فقط.

النقطة الأخيرة في الدراسة التى أشرت اليها تتعلق بما يقوله المثقفون في العالم الإسلامي لوسائل الإعلام الغربية. هذه الفئة من المصادر قليلة الى حد بعيد مقارنة بالمصادر الأخرى مثل رجال الدين المسيحى وعلماء الأديان والمفكرين الغربيين. هناك ثلاثة اتجاهات لما نقل عن المثقفين والمفكرين المسلمين في الصحافة الأمريكية والبريطانية أمكن رصدها حتى الآن:

أولا : محاولة تصويب الأخطاء التى تناولتها الصحافة الغربية فيما يتعلق بالأوضاع السياسية أو التفسيرات السياسية للأحداث الأخيرة. وبصفة خاصة النزاع في الأراضى المحتلة في فلسطين، الأوضاع في أفغانستان، موقف الشارع العربي والإسلامى، موقف الدول الإسلامية من الحرب الأمريكية على افغانستان. وهذا الاتجاه هو الغالب على المصادر الإسلامية في الصحف البريطانية والأمريكية.

ثانيا : نقد الأوضاع السياسية والثقافية والسياسات الاقتصادية في دول العالم الإسلامي باعتبارها مسؤولة عن العنف والتطرف أو الغلو الديني. وينطوى هذا الاتجاه على بعض التلميحات حول العلاقة بين الإسلام والحياة المدنية الحديثة.

ثالثا : الدفاع عن العقيدة الإسلامية أو الدين الإسلامي وتصحيح المفاهيم الخاطئة التى سادت عن الإسلام ورسالته. وهذا الاتجاه هو الأقل ظهورا بين الاتجاهات الثلاثة.

مواجهة الأزمة :

إن الواقع الإعلامى الراهن يستجيب لأى مبادرات جادة نحو المشاركة والتفاعل وفق القواعد التى تحكم عمل صناعة الإعلام الراهن. وهى قواعد تجارية الى حد بعيد. ويمكن القول بأن الوجود الإسلامي في وسائل الإعلام العالمية هو أكثر فاعلية مما كان عليه الوضع منذ عشر سنوات مهما كانت سلبيات التغطية الإعلامية للإسلام والمسلمين. فالوجود الإسلامي سلبا أو ايجابا في وسائل الإعلام العالمية دليل على حيوية هذا الدين وفاعليته وأهميته في تشكيل النظام العالمي الجديد. وعلينا أن نحافظ على مستويات الاهتمام هذه لأننا سوف نخسر كثيرا لو طوى النسيان الغربي ديننا وأحوالنا.

إننا دينا وشعوبا اكتسبنا مساحة للوجود في الضمير والعقل الغربي المعاصر يتعين توسيعها وترسيخ وجودها في الوقت الذى يتعين علينا فيه أن نعمل على ترشيد إدراك الغربيين لهذا الوجود. ووجودنا في الضمير الغربي لا ينبع من الأهمية السياسية أو الاقتصادية لشعوبنا فحسب وإنما ينبع من حيوية ديننا والزخم العقدى والمعرفى والفكرى الذى تحتويه الشريعة الإسلامية.

إن تفعيل الإعلام عن الإسلام عالميا ينطوى على قائمة طويلة من المهام:

* الإدراك الحقيقي لأهمية الوجود الإسلامي عالميا من جانب مختلف الوزارات المعنية في الدول الإسلامية وكذلك المنظمات والهيئات الأخرى. وأن يصاحب هذا الإدراك استعداد كامل للتعبير عن أهمية هذا الوجود.

* الاهتمام بالكتاب وسيلة لمخاطبة الرأى العام في الغرب على أن يتم انتاج هذه الكتب شكلا ومعالجة بما يناسب القارىء المستهدف.

* ضرورة التكامل بين الأجهزة والمنظمات الأهلية وبين الحكومات في العالم الإسلامي على أن يتم هذا التكامل في إطار من التعاون والرغبة الحقيقية في تحقيق الأهداف المرجوة وليس الهيمنة وفرض الآراء. وعلى الجمعيات والمنظمات الأهلية

الراغبة في خدمة الإسلام عالميا أن تدرك أن هناك قوى في الغرب هدفها إضعاف الحكومات في العالم الإسلامي من خلال تعاونها مع منظمات ما يسمى بالمجتمع المدني.

* تفعيل العلاقة بين المؤسسات البحثية الأكاديمية في العالم الإسلامي وبين الدوائر المناظرة في الغرب من خلال تبادل البحوث والأساتذة وطلاب الدراسات العليا والقيام ببحوث مشتركة.

* إنشاء منتدى إسلامى دولي ينعقد سنويا بمشاركة المؤسسات العلمية والدينية في الدول الإسلامية والدول غير الإسلامية يمكن من خلاله طرح مختلف القضايا التى تتعلق بفهم الإسلام والوعى به والتعبير عنه. على أن يتم عقد هذا المنتدى تحت رعاية مؤسسة غير حكومية ويتم الإعداد لهذا المنتدى بشكل سليم وتحديد الأهداف المرجوة منه عالميا.

* فتح ابواب الحوار مع مراكز التأثير في صناعة القرار والرأي العام وبصفة خاصة السلطات التشريعية (البرلمانات) في الدول الغربية وكذلك مراكز البحوث والدوائر الأكاديمية ووسائل الإعلام العالمية.

* توحيد الجهود المتناثرة بشأن رصد ما ينشر عن الإسلام والمسلمين في وسائل الإعلام ومناهج التعليم. نحن بحاجة الى Islamic Watch عالمية توفر البيانات الكاملة عما ينشر عن الإسلام وتحليلها وإصدار تقرير سنوي عن حالة الإسلام في دوائر الرأى العام ووضع استراتيجيات للمواجهة المبنية على أساس التوزيع الجغرافي لمناطق سوء فهم الإسلام.

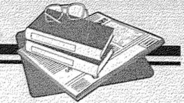
* التنسيق الكامل مع الجاليات الإسلامية في الدول الغربية ليس فقط فيما يتعلق بمواجهة التغطية السلبية للإسلام وإنما في تنفيذ الاستراتيجيات الإعلامية اللازمة باعتبار المسلمين في الدول الغربية هم الأكثر فهما لطبيعة الجمهور المستهدف واساليب مخاطبته.

* مواجهة التجزئة الهائلة التى يعانيها العمل الإسلامي بين الجاليات المسلمة. فعدد الجمعيات الإسلامية في أوروبا يشير الى مشكلة متعددة الجوانب تضعف من قوة العمل الإسلامي.

* استثمار الفرص الإعلامية المتاحة لتأكيد حقيقة الإسلام ومقاصد شريعته. فالمساحات الإعلامية المتاحة اليوم أكثر من ذى قبل وهى بحاجة الى دعم مالى من الدول الإسلامية وهي أيضا بحاجة الى كوادر مؤهلة قادرة على تقديم الرسالة بمستوى مهنى رفيع المستوى.

---

[*] هذا المقال بالتعاون مع رابطة العالم الاسلامي.



صورة العالم الاسلامى فى الإع

نجتمع في رحاب رابطة العالم الإسلامي بدعوة كريمة من معالي الأستاذ الدكتور عبد الله بن عبد المحسن التركي الأمين العام لرابطة العالم الاسلامي لنتدارس موضوعاً هو بالنسبة لنا حيوي، وبالنسبة للرأي العام في العالم أجمع هو قضية مثيرة لجدل كبير، إن لم نقل قضية الساعة.

إن علاقة الإسلام بالعالم، هو موضوع مطروح اليوم في إطار من الخلط والتهافت يجعلانه محفوفاً بعدد من أوجه التعقيد والتشعب، وهو لذلك يتطلب تحليلا متبصراً وواقعياً من جانبنا، لكي نتمكن من تقديم تصور عملي يستهدي به الفاعلون السياسيون والإعلاميون في بلداننا، كل في مجاله.

ويحكم شساعة المجال الإعلامي وراهنيته، فإن صورة الإسلام في العالم تدخل فيها عناصر، لا تقتصر على الجوانب الفكرية، بل إن الأمر يشمل كل ما يمس تطور العلاقات الدولية في المدى القريب

بقلم: **أ. محمد العربي المساري**

– المغرب –

والمتوسط وبكل تأكيد فهو أمر له انعكاسات سياسية واقتصادية واستراتيجية، إنه بلا مبالغة محور من أهم المحاور التى يتبلور فيها النظام العالمي.

نجتمع نحن هنا لنتدارس موضوع صورة الإسلام في الإعلام المعاصر أي تلك الصورة المتداولة في ساحة عمومية، يختلط فيها السياسي بالثقافي والاقتصادي، عبر اداة وظيفتها الأساسية هي الفرجة. وقد عمل كل واحد منا في المدة الأخيرة على معالجة هذا الموضوع الذي يشغلنا، بالنقاش أو بالشرح أو بالتصحيح، وشرحنا الفرق بين الإرهاب والنضال الوطني، وما يتعرض له الشعب الفلسطيني، وقلنا بإن الإسلام ليس هو طالبان، علينا الآن، وهنا، أن نهتم في تصوري بما يحمله الموضوع من اسئلة تخصنا نحن قبل غيرنا، تحاورنا مع الغير فلنحاور أنفسنا.

سال كثير من الحبر، وتم بث الكثير من الصور، وأدْلي بالكثير من التعليقات والأفكار، حول دور الإسلام في العالم، وحول طبيعة الأوضاع الاقتصادية والديموغرافية والسياسية المؤثرة في بلورة دور الإسلام في العالم المعاصر، وحول تفاعله مع باقي المجموعات البشرية، وتم ذلك على النحو الذي تشتغل به وسائل الإعلام في ظروف أزمة كبيرة متعددة الأبعاد.

إن الركيزة الأولى لعمل وسائل الإعلام اليوم هي الصورة وتنطوي هذه الصورة على رسالة مبسطة تخاطب مخيلة العامة، وهي بالتالي آنية

ـلام المعاصـر [*]

وسـريعـة. وهذا من الخـصـائص الأوليـة للعـمليـة الإعلامية في عالم اليوم، وهو في آن واحد من عيوبه البـارزة فـعلى عكس الإعـلام التـقليـدي القـائم على الفكرة المكتوبة، المدونة في كتاب أو صحيفة، **ليست هناك في الإعـلام المعاصـر أفكار بل مشـاعر، وليس هناك إلا التلقين.**

وقد اختصـر هذا الوضع أحـد منظري الإعـلام السمعي البصري، الأمريكي طوني سشوارتز بقوله إنه **في حـضـارة الصـورة ليس هنـاك استـيـعـاب بل تلق.**

ومن خـلال التـبسيط وصـولا الى العامـة، ومن خـلال السرعـة وصـولا الى الفـعـاليـة، وفي خـضم التنافس على تنمية كمية المشاهدين، جلباً للإعلانات، فإن الصورة التي يتم بثها وتكرارها، هي أداة في يد المرسل يستخدمها في تثبيت مضامين تكون محل تواطؤ عام، تفرزه على حد تعبير نعوم تشومسكي «صناعـة التـوافق الوطني» وبالنظر الى مـا وقـع في العالم بفعل تطور تقنيات تدفق المعلومات، فإن مجال صناعة وبث الصورة أصبح فسيحاً، هو مجموع الكرة الأرضيـة لأننا أصـبـحنا بفـضل هذا التكور نعيش في «قرية كونية» على حد تعبير ماك لوهان.

الخطر الإسلامي:

جئنا الى هنا وفي أذهاننا ما حدث في سبتمبر الماضي وكلنا منشغلون بما طرحه علينا ذلك الحدث من مسـاءلات، ومـا أفرزه من مراهنات هي الآن في أشـد لحظات تبلورها. لقـد انبثق منذ أول وهلة ذلك النقـاش القـديم والمتـجـدد عن الإسـلام والمسلمين بمجـرد ظـهـور التكهنات الأولى حـول الفـعلة، ثم من خلال تطور التحقيق.

في ذلك الصبـاح، شاهد العالم أجمع في وقت واحـد، وفي لحظة وقـوع الحـادث، منظر برجي مانهاتن يحترقان، وكان أول قرار صدر في الموضوع هو قـرار رئيس التـحـرير في الفـترة الصـبـاحيـة في التلفزيون بتحريك الكاميرات في اتجاه موقع الحدث، وذلك في الساعة الثامنة و٤٩ دقيقة بعد ستين ثانية من إصابة البرج الشمـالي. وغداة الحادث علمنا أنه **حينمـا بدأت تظهر التوجهات الأولى للتحقيق كان ثلاثة مسـاجد وكنيسة عربية في استراليا تتعرض للاعتداء، وحصل شـيء مماثل في بريطانيا وبلجيكا ومدريد، ونقاط أخرى من العالم عرفت اعتداءات على منشآت دينية إسلامية** رداً على ما اعتبر أنه اجرام غير مقبول وغير مبرر كانت نيويورك مسرحاً له على يد مسلمين.

رأى عالم الاجتماع الفرنسي ألان تورين أن ما حدث هـو نقلة نوعـية في عـمل الأصـوليـة الإسلاميـة التـي تحـولت من «إسـلام سـيـاسـي» الى «إسـلام محارب» بعد أن فصل الإسلام السياسي وانتهى الى باب مسـدود كما سجل من قبل جان كيبيل وكان صمويل هنتغتن قد سبق في ١٩٩٦ أن أورد عبارة مشابهة في الكتاب الذي شرح فيه مقالته الشهيرة عن صـراع الحـضـارات، فـتحـدث عن «العـسكرية الإسلامية» التي أبرز أن قواتها التهديدية لها رافدان همـا النمـو الديموغـرافي والمشـاكل الاقـتـصـاديـة والاجتماعية الموجودة في الرقعة الإسلامية.

الإسلام المنغلق :

إذن فإن أول صورة مبسطة تضمنتها الرسالة الخاطفة التى عمت «القرية الكونية» هي **الخطر الإسلامي**، الصورة الثانية التى عمت هي صورة **الإسلام المختلف عن غيره** من الثقافات، والتمسك بهذا الاختلاف وتردد كلام لا نهاية له عن النزاعات التى لا حد لها بين الإسلام والحداثة وخصوصاً بشأن المرأة. وقد نشرت الإيطالية أوريانا فالاتشي في الكورييري دي لا سيرا ثلاث مقالات أثارت الكثير من ردود الفعل، ركزت فيها على صورة الإسلام المتزمت غير المتسامح الجامد الذي لا يقبل الاختلاف «اسلام ضد طريقنا في العيش، يملي علينا كيف نصلي، أو لا نصلي، كيف نأمل، ماذا نشرب، كيف نلبس، كيف نلهو، وإذا لم نقاتل في سبيل أن نحيا، فإن الجهاد هو الذي سينتصر».

الإسلام هو الديمقراطية:

وفي اجتماع عقد بمدريد في الأسبوع الثاني من اكتوبر حضره ثلاثون من القادة السياسيين في العالم، كان الموضوع هو مسار الديموقراطية في العالم، من الحاضرين غورباتشوف وكلينتون وفيرناندو هينركي كارضوزو، وكان مدار الحديث هو ما بعد تفجيرات نيويورك. وخلاصة الخلاصة أن الديمقراطية في خطر لأن هناك من يرفضها كسلوك وقواعد لتنظيم الحياة المدنية، وكان السؤال المبطن هو كيف يمكن تأمين حماية الديمقراطية من المتأخرين المتخلفين عن القيم المتعارف عليها عالمياً. ونشرت الصحف الأسبانية على لسان أحد كبار المشاركين قوله، إن الفرق بيننا وبين بن لادن هو أننا نعترف بأننا لا نمتلك الحقيقة وحدنا والمراد بهذه الإيماءة هو أن العالم المتمدن كله يوجد في جانب والفكر المنغلق الذي يمثله بن لادن في جانب آخر.

وفي السياق العام للجدل المحتدم في الظروف الحالية يمكن أن تخاطب مثل هذه العبارة الشعاراتية مخيلة قابلة لأن تحل محل اسم بن لادن، لفظة الإسلام دون أن تتوارد على الخاطر سوى الفكرة القائلة بأن الإسلام منغلق وغير متسامح، وبالتالي غير ديموقراطي أو بأسوأ من ذلك أنه غير قابل للديمقراطية وقد صرح بذلك فعلا فوكوياما في الكتاب الذي شرح فيه مقالته الشهيرة أيضاً عن نهاية التاريخ وذكر أن الإسلام يتنافى مع الديمقراطي.

أما رئيس البرلمان الألماني فولفانغ تيرزه فقد قال بلا تستر ان هناك خطراً وهو الإرهاب الإسلامي.

إنصاف وواقعية:

إلا أنه في غمرة النقاش الذي احتدم بعد تفجيرات نيويورك وواشنطن ظهرت في عدد من المستويات منها الاكاديمي والاعلامي والسياسي مبادرات استهدفت وضع الأمور في نصابها بدافع من الانصاف في كثير من الاحيان وبدافع من الواقعية احيانا اخرى وتصدى الكثيرون لبيان حقيقة الوضع وجوهر رسالة الإسلام وخطورة الخلط الذي يمكن أن يحصل على مستقبل التعايش مع ما يقرب من ربع البشرية لم يخف على الكثيرين أن الإسلام رسالة دينية وحضارة وأن المسلمين واقع بشري يتميز بما له من قضايا وأيضاً بما يعد به من عطاءات وأن هذا الواقع البشري متنوع وفي درجات

متباينة من التطور الاجتماعي وبالتالي فإن **الإعلام مطالب بالتزام المسؤولية والحذر في النهوض بدوره** وتم شيء من هذا في المجتمعات الغربية وفي الدول ذات الشأن في تدبير الأزمة التى نشبت على إثر تفجيرات نيويورك.

وزن الإسلام ودوره :

إن هذه الأصوات المنصفة والواقعية ابانت عن احترامها للإسلام أولا لأنه دين له دوره المعترف به في نشر قيم التسامح والتعايش وتنظيم العلاقات الدولية واقامتها على أساس العدل والاخلاق، وبالاضافة الى ذلك فإن للمسلمين وزنا ديموغرافياً وسياسياً وثقافياً يعبر عنه انتشار المسلمين في قارات الدنيا الخمس ثم أن التراث البشرى في العلم والتقنية والتقدم يدين للعطاء الإسلامي بالشيء الكثير **وفوق هذا وذاك فإن الاحترام الذي يحظى به الإسلام في العالم هو راجع الى ما تتميز به المجتمعات الإسلامية من تعلق بالسلام والعدل ومن اتصافها بالاعتدال، وأن التطرف حالة استثنائية لا ينبغي أن تعتم على الجوانب الايجابية** وفي المحصلة فإن تزايد انتشار الإسلام في كل المجتمعات بما فيها الغربية نفسها هو راجع الى هذه الأمور التى ذكرناها رغم ما يجابهه المسلمون من كيد في حالات كثيرة وبالرغم من الجوانب السلبية التى ما فتئت تساعد تشويه سمعة الإسلام إذن هناك اقبال على التعرف على الإسلام وهذه فرصتنا.

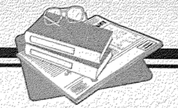
في هذا السياق إذن نحن مطالبون بأن ندرك أن المجال الذي نحن بصدده ملغوم بعدد لا يحصى من الالتباسات وتتفاعل فيه عوامل سياسية وثقافية تفرض علينا احتياطات جمة، منها:

(١) **إن رسالتنا الإعلامية مجالها هو العالم بما رحب وأدواتنا في التبليغ هي ما وضعته بين أيدنا تكنولوجيا الاتصال وعلينا أن نتدبر افضل السبل لكي نخاطب العالم بقاموس صالح للتصريف يعكس حقيقة الإسلام.**

(٢) إن صياغة رسالتنا الى العالم يجب الا تقتصر على التملص من الجوانب السلبية بل الالتفات الى مساءلة الذات لنتحرى نصيبنا نحن فيما آلت اليه صورة الإسلام في العالم .. ويجب ألا نطمئن الى المحاجة الملتبسة القائمة على أن الإسلام مستهدف فهذا صحيح الى حد بعيد ولكن ما هو نصيبنا نحن في خلق هذه الصورة السلبية هناك أمور يجب أن نقر بها وأن نقوِّم ما هو قابل للتقويم.

(٣) إن العمل الإعلامي ليس ممارسة مهنية منعزلة عن المحيط الذي يفرزها ولا هو مؤهل للقيام بدوره بمجرد توفر الادوات التكنولوجية بل إن العمل الإعلامي الناجع هو ذلك المتمتع بالمصداقية التى لها شروطها الثقافية والسياسية المؤهلة لربح التحديات وهذه التحديات تتمثل بالخصوص في تحطم الحواجز بفضل تقدم تكنولوجيا الاتصال وكذا في سيادة قواعد التنافسية الحادة وهذا يعني ان الوقاية من الغزو وصيانة القيم لا يتأتيان إلا بتقديم البديل المقنع من خلال الاقتراب والانفتاح على الهموم الحقيقية للمتلقي وكما تكونون يكون اعلامكم.

(*) هذه الورقة قدمت في (ندوة صورة الاسلام في الاعلام المعاصر) التى عقدتها الامانة العامة لرابطة العالم الاسلامي.



البيان الختامي

لندوة صورة الاسلام في الاعلام المعاصر التي عقدتها الأمانة العامة لرابطة العالم الاسلامي فى شهر شعبان ١٤٢٢ هـ الموافق لشهر نوفمبر ٢٠٠١ م

تحت رعاية صاحب السمو الملكي

الأمير عبد الله بن عبد العزيز آل سعود

ولي عهد المملكة العربية السعودية ونائب رئيس مجلس الوزراء ورئيس الحرس الوطني

القرارات والتوصيات:

كانت الندوة ناقشت خلال ثلاث جلسات ورقة العمل التى تقدمت بها الإدارة العامة للإعلام والعلاقات العامة والمؤتمرات في رابطة العالم الإسلامي، وأوراق العمل التى أعدها خبراء الإعلام الإسلامي المشاركون، ومن ثم أصدرت القرارات والتوصيات التالية:

أولا: الدعوة الى الله:

- أوصت الندوة بتكثيف الجهود الإعلامية في دعوة الحكومات الإسلامية لتطبيق أحكام الشريعة الإسلامية في حياة الشعوب المسلمة: {وأن احكم بينهم بما أنزل الله ولا تتبع أهواءهم واحذرهم أن يفتنوك عن بعض ما أنزل الله إليك}.

- طالبت الندوة بالتعاون مع مؤسسات الدعوة ومؤسسات الإعلام في تعريف الشعوب الإنسانية بدين الإسلام، وإبراز محاسنه، وعرض مبادئه بأسلوب حسن لأداء فريضة التبليغ، بعيداً عن المكابرة والتعنت: {فإن أعرضوا فما أرسلناك عليهم حفيظاً إن عليك إلا البلاغ}.

ـ دعت الندوة الى معالجة الجنوح عن وسطية الإسلام، وترشيد الناس لتجنب مزالق الغلو والإفراط أو التفريط.

بالدين: {قل يا أهل الكتاب لا تغلوا في دينكم غير الحق ولا تتبعوا أهواء قوم قد ضلوا من قبل وأضلوا كثيراً وضلوا عن سواء السبيل}. وأكدت الندوة أنه ينبغي تكثيف جهود المؤسسات الإسلامية والإعلامية في توعية جماهير المسلمين، وربطهم بوسطية المنهج الذي خص به الله أمة الإسلام: {وكذلك جعلناكم أمة وسطاً لتكونوا شهداء على الناس ويكون الرسول عليكم شهيداً}.

ـ طالبت الندوة بالدفاع عن الإسلام، وهي المهمة العاجلة التى ينبغي أن تتضافر من أجلها جهود المؤسسات الدعوية والإعلامية، معلنة أن الدفاع عن الإسلام واجب على كل مسلم، ولا سيما في هذا الوقت الذي استغلت فيه الدوائر الصهيونية أحداث الإرهاب التي وقعت في الولايات المتحدة الأمريكية وبدأت تنسب كل شر الى الإسلام: {كَبُرتْ كلمة تخرج من أفواههم إن يقولون إلا كذباً}.

ـ أهابت الندوة بجميع وسائل الإعلام في العالم الإسلامي بوضع صيغة مشتركة بالتعاون مع المنظمات الإسلامية وفي مقدمتها رابطة العالم الإسلامي لتعريف شعوب العالم بعالمية الرسالة الإسلامية: {وما أرسلناك إلا كافة للناس بشيراً ونذيراً} وهي رسالة تتضمن منافع عظيمة للبشرية، تساعدها على حل مشكلاتها، وتحميها من أمراض العصر وشروره وفتنه: {وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين}.

ثانيا: العمل الإسلامي المشترك:

ـ أكدت الندوة على ضرورة التعاون الإسلامي في العمل، والاستعجال في تقوية برامج العمل الإسلامي المشترك بين المؤسسات الرسمية والشعبية في العالم الإسلامي، ودعت الى ايجاد الآليات المناسبة لتحقيق التنسيق والتكامل والتعاون بينها وبين الجامعات والمجامع الثقافية والتربوية والفقهية ومؤسسات الإعلام، وطالبت بتطبيق بنود بلاغ مكة المكرمة، الذي أصدرته القمة الإسلامية الثالثة، حيث حدد صيغ تعاون الحكومات الإسلامية مع المؤسسات الإسلامية الشعبية في مجالات الدعوة والدفاع عن الإسلام، وأكدت أن المسلمين مطالبون شرعاً بوحدة الصف،

ووحدة الرأي، وفق ضوابط دينية، بعيداً عن أي هوى يفرق الأمة ويمزق الجهود: {واعتصموا بحبل الله جميعاً ولا تفرقوا}.

ـ دعت الندوة المؤسسات الدعوية والإعلامية في العالم الإسلامي الى تحقيق التواصل والتعارف مع شعوب العالم، وأخذ المبادرة في قيادة الحوار بين الحضارات والثقافات المختلفة، وطالبت رابطة العالم الإسلامي بتبنى المبادرة التي تضمنتها كلمة سمو ولي عهد المملكة في افتتاح الندوة حول الحوار بين الحضارات، وأكدت أن التواصل والتعارف مع الشعوب الأخرى من أهم وسائل التعريف بالإسلام، وأبانت أن هناك قضايا ومشكلات كثيرة مشتركة بين الأمة المسلمة والأمم الأخرى، ينبغي أن تكون مبادرة حلولها بيد المسلمين، الذين هيأ الله سبحانه وتعالى لهم منهاجاً متكاملا لمعالجة قضايا الحياة وحل مشكلاتها، وطالبت مؤسسات الإعلام في العالم الإسلامي بتسخير الكلمة الطيبة في دعوة الناس الى عبادة الله: {قل يا أهل الكتاب تعالوا الى كلمة سواء بيننا وبينكم ألا نعبد إلا الله ولا نشرك به شيئاً ولا يتخذ بعضنا بعضاً أرباباً من دون الله فإن تَوَلَّوا فقولوا اشهدوا بأنَّا مسلمون}.

ثالثا: التواصل بين مؤسسات الدعوة ومؤسسات الإعلام:

ـ دعت الندوة الى التعاون بين مؤسسات الدعوة ومؤسسات الإعلام على البر والتقوى، والدعوة لإحياء فريضة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: {ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون}. واكدت أن ذلك هو سبيل الحفاظ على سلامة المجتمع المسلم وصونه من التلوث أو التأثر بالتيارات المنحرفة، وضياع أبناء المسلمين في دوائر الشر.

ـ طالبت الندوة بالتعاون بين مؤسسات الدعوة ومؤسسات الإعلام الإسلامي، فتنتج برامج إعلامية تؤصل الفضيلة بين المسلمين، وتعرف غير المسلمين بالفضائل الإسلامية، وتنقل إليهم أمثلة من خلق الإسلام، وتعرفهم بأن محاسن الأخلاق ومكارمها من مقاصد الرسالة الإسلامية: «إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق».

ـ طالبت الندوة جميع وسائل الإعلام في العالم الإسلامي بالبعد عن الابتذال، ومراعاة توجيهات الإسلام بالتناصح والتناهي عن إشاعة المنكرات اهتداء بقوله سبحانه وتعالى: {إن الذين يحبون أن تشيع الفاحشة في الذين آمنوا لهم عذاب أليم في

الدنيا والآخرة} وقوله: **{لُعنَ الذين كفروا من بني اسرائيل على لسان داود وعيسى ابن مريم ذلك بما عَصَوْا وكانوا يعتدون كانوا لا يتناهون عن منكر فعلوه لبئس ما كانوا يفعلون}.**

رابعا: معالجة القضايا الإسلامية:

- حيت الندوة المملكة العربية السعودية التى استمدت دستورها من دين الإسلام، وأقامت عليه نظامها، وأشادت بالتزامها في الدفاع عن الإسلام، ومواجهة ما يتعرض له الإسلام والمسلمون من حملات ثقافية وإعلامية ظالمة، حرفت مقاصده، وألصقت به تهماً باطلة لا صلة له بها، ومن ذلك لصق تهمة العنف والإرهاب به، وأكدت أن الإسلام هو رسالة الله الى الناس لتحقيق العدالة وتأصيل معاني الرحمة بين الناس، ونشر السلام في المجتمعات الإنسانية.

- أدانت الندوة جميع عمليات الإرهاب التى حدثت في العالم منطلقة في ذلك من توجيهات الإسلام الذي يحرم قتل النفس البشرية: {ولا تقتلوا النفس التى حرم الله إلا بالحق}. وأعلنت أن الإسلام الذي نظم العلاقة بين الأفراد والمجتمعات حرم قتل النفس الإنسانية بلا حق، واعتبر قتل الفرد جريمة تعادل في بشاعتها قتل أبناء الإنسانية كلها: **{أنه من قتل نفسا بغير نفس أو فساد في الأرض فكأنما قتل الناس جميعا ومن أحياها فكأنما أحيا الناس جميعا}.**

- استنكرت الندوة الهجمات الإعلامية المغرضة التى تنطلق بدوافع غير إنسانية من شأنها تأجيج الصراع بين الحضارات والأمم. وأكدت إن أمام المنظمات الإسلامية وفي مقدمتها رابطة العالم الإسلامي مهام ضرورية في تبصير الناس بحقيقة الإسلام، ومساواته بين الناس، ودعوته للتعاون بين جميع الشعوب والأمم والأفراد، وطالبت مؤسسات الإعلام الإسلامي بالعمل على ترشيد المسلمين وتوحيد صفوفهم،، وارائهم إزاء القضايا المثارة في الساحتين الإسلامية والدولية.

- شكرت الندوة المملكة العربية السعودية التى ترى وفق ما أعلن سمو ولي العهد في افتتاح الندوة أن من واجبها تقديم العون والدعم لكل عمل إسلامي رشيد، يهدف الى توحيد الرأي بين المسلمين، وإخلاص عملهم لله سبحانه وتعالى وحده، وإن ما تواجهه الأمة المسلمة اليوم من حملات تطاولت على دينها وعلى مقدساتها، وعلى رموزها، وعلى منهاجها، يحتاج الى معالجة حكيمة وتعامل بصير،

يعتمد على توجيه شريعة الإسلام: {قل هذه سبيلي أدعو الى الله على بصيرة أنا ومن اتبعني وسبحان الله وما أنا من المشركين}.

خامسا: دعم الإعلام الإسلامي وترشيده:

- دعت الندوة رابطة العالم الإسلامي الى تبني مطلب سمو الأمير عبد الله بن عبد العزيز في وضع ميثاق شرف للإعلام الإسلامي يراعي ظروف العصر، ويلبي حاجة المجتمعات الإسلامية الى منابر واعية تستلهم مبادىء الإسلام العظيمة في توجيه المجتمعات الإسلامية، وتوحيد الرؤية لدى الشعوب والأقليات والمنظمات الإسلامية، وتكوين رأي عام إسلامي موحد - وتوجيه وسائل الإعلام في البلدان الإسلامية الى القول السديد والرأي الرشيد، والوسطية في البحث والمعالجة، وجمع الصف ووحدة الكلمة، ونبذ العنف والشطط في القول والعمل، والنظر الى المصالح العليا للأمة الإسلامية، فيما بينها وفي علاقتها مع الأمم والشعوب الأخرى.

- طالبت الندوة أجهزة الإعلام الغربية بتطبيق مبدأ الحيادية في التعامل مع القضايا الإسلامية، وعدم الكيل بمكيالين في قضايا تدخل تحت مسمى الإرهاب أو تحمل صفاته كما يحدث في فلسطين المحتلة والشيشان وكشمير.

- أكدت الندوة على ضرورة قيام شبكة تلفزيونية إسلامية فضائية تتحدث باسم المسلمين وتعلن وجهة نظرهم في القضايا المصيرية، وتشكل قناة تواصل حضاري وإعلامي بينهم وبين الآخرين، مؤكدة أنه لا يجوز أن يظل مليار ونصف المليار مسلم دون وسيلة إعلامية إسلامية مستقلة في هذا العصر الذي تتنافس فيه الأفكار والأيديولوجيات والمفاهيم على اختلاف مصادرها وأهميتها وأهدافها.

- دعت الندوة إلى إنشاء مؤسسة اسلامية للإنتاج الإعلامي تقوم بإنتاج البرامج باللغات العالمية وتسويقها في أوروبا وأمريكا الشمالية وبقية أنحاء العالم.

- أوصت الندوة حكومات العالم الإسلامي ومنظماته بدعم الجاليات المسلمة في الغرب ممثلة في منظماتها ومؤسساتها الفكرية والثقافية والاعلامية

باعتبارها جسرا للتواصل والحوار الحضاري بين المسلمين وغيرهم.

- قررت الندوة إن الإعلام ليس إثارة أو جدالا، وإنما هو وسيلة عرض، وأداة لخدمة الحقيقة، وأكدت على ضرورة التقيد بضوابط العدل في التناول والعرض والمعالجة الإعلامية، والبعد عن الشطط وتجنب الهوى في كل قول ورأي: {ومن أضل ممن اتبع هواه بغير هدى من الله}، وأكدت على الإعلاميين المسلمين أهمية التقيد بمحاسن المنهاج النبوي في الخطاب، وهو منهاج لا يقبل إلا الحسنى، ولا يستعمل إلا الكلم الطيب الذي امتدح الله به عباده الصالحين بقوله: {وَهُدُوا الى الطيب من القول وهدوا الى صراط الحميد} وما أمر الله سبحانه به عباده: {وقل لعبادي يقولوا التي هي أحسن}.

وفي ختام قراراتها وتوصياتها التمست الندوة من معالي الأمين العام لرابطة العالم الإسلامي رفع برقيات شكر وتقدير الى خادم الحرمين الشريفين الملك فهد بن عبد العزيز آل سعود لمواقفه الإسلامية العظيمة ولمواقف المملكة العربية السعودية المساندة لقضايا الأمة الإسلامية. ورعايته الكريمة والمستمرة لشؤون المسلمين.. والى سمو ولي العهد الأمير عبد الله بن عبد العزيز آل سعود على رعايته لهذه الندوة، وتفضله بتوجيه كلمته التوجيهية التى أكد فيها على ثبات موقف المملكة الراسخ في الدفاع عن الإسلام والمسلمين، وكذلك على توجيهاته السديدة في كيفية معالجة الحملات المغرضة التى يتعرض لها الإسلام والمسلمون، كما التمسوا رفع برقية شكر وتقدير لسمو الأمير عبد المجيد بن عبد العزيز آل سعود أمير منطقة مكة المكرمة، على تفضله بافتتاح هذه الندوة تجسيداً لحرص المملكة على كل عمل يعود بالنفع على المسلمين.

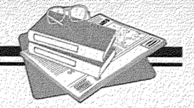
كذلك أثنت الندوة على جهود رابطة العالم الإسلامي في مجالات الدعوة والإعلام الإسلامي مشيرة الى ما تبذله في سبيل خدمة القضايا الإسلامية، وعقدها هذه الندوة في الظروف الدولية الحالية تعبيراً عن حرصها المعهود والمشهود في التصدي لمسؤولياتها الجسيمة تجاه الأمة المسلمة.

أ.د. عبد الله بن عبد المحسن التركي

الأمين العام لرابطة العالم الإسلامي

صدر فى مكة المكرمة

١٤٢٢/٨/١٨ هـ - الموافق ٢٠٠١/١١/٣ م



الاعلام العربي المشترك الواقع، المستقبل، الاستراتيجية

بقلم: د. ياسين لاشين
أستاذ الاعلام والرأي العام - بكلية الاعلام
جامعة القاهرة - مصر

تعد الجامعة العربية إحدى المنظمات الاقليمية التى تقوم بدور فريد من نوعه إذا ما قورنت بمنظمات إقليمية أخرى في العالم. فبجانب كونها منظمة تمثل وعاء للسياسة العربية المشتركة تجاه القضايا المختلفة التى تواجه العرب سواء داخل الوطن العربي أو خارجه، فقد أنيط بالجامعة العربية القيام بالعمل الاعلامي العربي المشترك ولا سيما بخصوص مسألة الصراع العربي الاسرائيلي. ودراسة الاعلام العربي المشترك، وهو الوظيفة الاعلامية التى تقوم بها الجامعة العربية نيابة عن العرب، وبالاشتراك مع الدول العربية وتحت اشرافها، لا يمكن أن تتم إلا في إطار دراسة واقع الجامعة العربية، فأى نشاط إعلامي تقوم به الجامعة العربية، بحكم كونها التنظيم القومي العربي، نابع من الإرادة الجماعية للدول العربية ويعبر عما اتفقت عليه الدول العربية داخل الجامعة.

وقد ظهرت الجامعة العربية إلى الوجود في مارس عام ١٩٤٥، نتيجة للتطورات الدولية والصراع الدولي للسيطرة على المنطقة العربية، ونمو الوعى القومي، وتزايد الشعور بالهوية العربية الذى صاحب حركات التحرير التى سادت في تلك الفترة. وهكذا

جاءت الجامعة العربية، كمنظمة اقليمية، وكمؤسسة يجسد فيها العرب آمالهم القومية في مقابل ما كان يقوم به الصهاينة من محاولة خلق كيان صهيوني يدعم من القوى الكبرى وفي مقدمتها بريطانيا والولايات المتحدة.

وعلى الرغم من قوة المد القومي العربي الذى صاحب ميلاد الجامعة العربية وتطورها، فقد أدت المتغيرات الدولية والقطرية إلى الحدّ من فعالية هذه المنظمة، ومع ذلك ظلت الجامعة العربية كتنظيم عربي قومي تضم أطر الأنشطة والممارسات العربية المشتركة المعبرة عن الإرادة العربية، والتى يعبر عنها الاعلام العربي المشترك. ومما يشير الى الى أهمية الدور الاعلامي للجامعة العربية، تخصيص جزء كبير من موازنتها للإنفاق في المجالات الإعلامية.

وتأتى أهمية الدور الاعلامي للجامعة العربية ليس من كونها منظمة اقليمية فحسب، وإنما لكونها أيضا منظمة قومية تمثل دولا تضم شعوبا وجماعات تتمتع بسمات مشتركة نادراً ما تتوفر في أعضاء أية منظمة اقليمية أخرى - كما أن التحديات التى تواجه الدول العربية تحديات مصيرية ومشتركة، وعلى رأس هذه التحديات مقاومة الاستعمار العسكري الوحيد الباقي في هذا العالم وهو الاستعمار الاسرائيلي للأراضي العربية، واتهام العرب والمسلمين بالإرهاب بعد وقبل احداث تفجيرات مبنى التجارة العالمى في نيويورك ومبنى وزارة الدفاع الامريكية بواشنطن.

وتشير تطورات الأوضاع الدولية، منذ نشأة الجامعة العربية وحتى بدايات القرن الواحد

الكاتب في سطور

دكتوره في الرأي العام الامريكي.

- أستاذ مشارك - قسم الاعلام - جامعة الملك سعود - الرياض.
- عمل استاذاً في عدة جامعات في الولايات المتحدة - وسنغافوره - وماليزيا - ومصر - وليبيا.
- عمل مستشاراً في العديد من الشركات والمؤسسات الدولية: منها (اكاديمية التنمية الدولية بواشنطن والهيئة العامة للاستعلامات ومركز الاعلام والتعليم والاتصال بمصر).
- اشرف على الجهود الاعلامية للحملة القومية لمكافحة خطر الادمان.. بجمهورية مصر العربية.
- عمل مستشاراً تسويقيا لعدد من الشركات الكبرى في مصر.

حضر وشارك في عدد من المؤتمرات العربية والدولية.

- قدم حوال (٢٨) بحثا في مجال التخصص.

**** على الجامعة العربية تخصيص جزء كبير من ميزانيتها للانفاق في المجالات الاعلامية.**

**** الاعلام العربي المشترك يحمل في طياته الجينات الوراثية للدول العربية.**

**** الخلافات العربية العربية (سيَّست) الاعلام.**

والعشرين، الى أنها في غير صالح الدول العربية. فمنذ الغاء بريطانيا انتدابها على فلسطين وتمكينها لليهود من اقامة دولتهم، وصدور قرار الامم المتحدة رقم ١٤٨ بتقسيم فلسطين، وهزيمة عام ١٩٤٨، وحرب ١٩٦٧، وضرب المفاعل النووى العراقي، واحتلال جنوب لبنان، وحرب الخليج الثانية وتهديدات اسرائيل بضرب مرافق حيوية في دول مجاورة، والممارسات الاسرائيلية الإرهابية ضد الفلسطينيين، والتأييد الواضح لاسرائيل من قبل أمريكا وبريطانيا والاتحاد الأوربي والذي ظهر واضحاً في مؤتمر (ديربن) في جنوب افريقيا عام ٢٠٠١، وحتى تهديد امريكا بضرب معاقل الارهاب - على حد قولها - في بعض الدول العربية والاسلامية. كل هذه الحقائق توضح أن الوضع الدولي لا يبشر بالخير. ورغم التهديدات التى تواجه الأمة العربية، فإن بعض المحللين للموقف العربي يشيرون إلى أن مواقف الدول العربية تبدو في وضع لا يشير الى الاتفاق، لدرجة ان إحدى القنوات الفضائية العربية تساءلت وأشارت الى أن العرب فقدوا حتى القدرة على الشجب والاستنكار!.

ورغم الانتقادات، تشير المواقف المعلنة لحكومات عربية ونتائج اجتماعات وزراء الخارجية ووزراء الاعلام العرب وتصريحات الرئيس الامريكي بوش والرئيس الفرنسي شيراك وتصريحات رئيس وزراء بريطانيا توني بلير وخطاب بوش امام الجمعية العامة للامم المتحدة في نوفمبر ٢٠٠١م، كل هذه الاحداث تشير الى بوادر أمل في تغيير موقف أمريكا والغرب من قضية فلسطين وهي جوهر الصراع في الشرق الاوسط، وربما كانت وراء الاحداث التى هزت أمريكا والعالم في ١١ سبتمبر ٢٠٠١. ولكن نتائج تطور الصراع في أفغانستان، وما يبدو من تبخر الوعود الأمريكية لباكستان وما ذكره الأمين العام لجامعة الدول العربية السيد/ عمرو موسى من أن منطقة الشرق الأوسط تتعرض حاليا لاكبر عملية «نصب سياسى» مسألة يجب النظر إليها بعيون مفتوحة وتثير الكثير من التساؤلات وعلامات الاستفهام.

ومما لا شك فيه أن المتغيرات الدولية والاقليمية والقطرية التى مرت بها المنطقة العربية لها تأثيراتها التى انعكست على فعالية الجامعة العربية وفعالية

أنشطتها الاعلامية بالتالي. فالإعلام العربي المشترك يحمل في طياته الجينات الوراثية للدول العربية والتى تظهر تأثيراتها واضحة جلية في القرارات السياسية والاعلامية التى تتخذها المنظمة العربية ومدى تنفيذ هذه القرارات.

ويؤكد هذه الحقيقة عدد من الباحثين العرب (الجمال ١٩٨٦) عندما وجدوا أن الاعلام العربي المشترك أسير وخاضع للمتغيرات الدولية والقطرية (العربية)، كما انه يفتقر الى القوة الذاتية التى تمكنه من القدرة على الحركة والفاعلية بلا قيود. والحقيقة الملفتة للنظر، هي أن الجامعة العربية أصدرت العديد من القرارات الاعلامية من خلال مؤسساتها المسئولة عن صنع هذه القرارات، ولكن معظم هذه القرارات لم يتم تنفيذها لعدة أسباب كان من أهمها اختلاف السياسات العربية القطرية، وبالتالى اختلاف التوجهات الاعلامية للدول الأعضاء في الجامعة.

وظائف الاعلام العربي المشترك:

وفقا لميثاق الجامعة العربية، تتلخص الوظائف الموكلة الى الاعلام العربي المشترك في ثلاث نقاط أساسية هي:

أولا: الاعلام عن الجامعة العربية وأنشطتها وتعميق الاحساس بوجودها في كيان ووجدان الإنسان العربي.

ثانيا: التعبئة المعنوية والسياسية والقومية للجماهير العربية ورفع معنويات العرب.

ثالثا: الاعلام عن الأمة العربية وقضاياها المصيرية.

وقد فرضت أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ هذه مسؤولية جديدة على عاتق الجامعة العربية تتلخص في دعم الجاليات العربية في الخارج وخاصة في غرب أوربا وأمريكا.

الوظائف الثلاث الأولى يفترض أن تقوم بها الجامعة العربية من خلال أجهزتها الاعلامية على مستويين:

المستوى الأول: هو المستوى الداخلي في أرجاء الوطن العربي حيث يهدف الاعلام العربي المشترك الى تحقيق تعريف المواطن العربي بالجامعة وأنشطتها، وتنمية الوعي القومي العربي، وربط الولاء القطرى بالولاء القومى العربي والقضاء على ما قد يطرأ من تناقضات بين الولاءين - القومى والقطرى.

أما المستوى الثاني: فهو المستوى الخارجى حيث تعمل الأنشطة الاعلامية للجامعة العربية على مساندة السياسة الخارجية للعرب وتصحيح صورتهم التى شوهها الاعلام الاسرائيلي والغربي وبعض تصرفات بعض العرب أنفسهم. وقد ازدادت مهام الاعلام العربي المشترك حساسية وصعوبة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م التى وقعت في نيويورك وواشنطن، واتهام العرب والإسلام بالوقوف وراء هذه الاحداث ودعم مرتكبيها. كما تم الاعتداء على أفراد الجاليات العربية والاسلامية وأماكن عبادتهم واعتقالهم والتضييق عليهم، ولم يسلم من ذلك الأمريكان والأوربيون من أصل عربي. هذه المعطيات الدولية الجديدة، ألقت مسئولية مضاعفة على الاعلام العربي بشكل عام والاعلام

العربي المشترك بشكل خاص. ومن أهم جوانب هذه المسئولية تدعيم موقف الأقليات العربية في الغرب وتدعيم أواصر الارتباط بهم والدفاع عن صورة العرب والاسلام تجاه هجمة شرسة من وسائل الاعلام الغربية والتى تتخذ موقفاً واضحاً في سلبيته إن لم يكن عداؤه للعرب والاسلام.

والسؤال .. هل فشل أم نجح الاعلام العربي المشترك في القيام بهذه الوظائف؟ وما هي توقعات فرص النجاح أو الفشل في المستقبل؟.

إن الاجابة على هذا السؤال الأول تستلزم مقارنة الأهداف بالنتائج، أقصد أهداف الاعلام العربي المشترك كما تمت صياغتها في ميثاق وأنظمة عمل الجامعة بنتائج أنشطتها الاعلامية. وحتى تكون هذه المقارنة ذات جدوى، وحتى يمكن تعلم الدروس المستفادة منها، وحتى يمكن الحكم على نجاح أو فشل النشاط الاعلامى العربي المشترك، من الضرورى دراسة الظروف الخاصة بالجامعة العربية ذاتها، والظروف المحيطة بها.

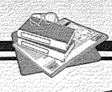
الماضي .. دروس وعبر :

عندما أنشئت الجامعة العربية عام ١٩٤٥، كان من المفروض أن تذوب النزعات القطرية الضيقة لصالح المصالح القومية داخل هذا الاطار العربي الشامل، ولكن ما حدث هو العكس. فقد سعت الحكومات العربية - نتيجة لخلافاتها واختلافاتها - الى تدعيم مكانتها ونفوذها داخل أقطارها. وفي نفس الوقت كان هناك حرص على الحفاظ على نموذج معين لتوازن القوى داخل النظام العربي ذاته.

ونتيجة لذلك أصرت الحكومات العربية على أن تتولى الاعلام العربي القطرى الداخلى، وأن تقتصر الوظيفة الاعلامية للجامعة العربية على الدعاية للأقطار العربية وتزويد الصحف العربية بالبيانات ومراقبة ما ينشر عن الدول العربية وتزويد الجامعة بكل ما له اتصال بالدعاية والنشر (مادة ٢، قرار مجلس الجامعة ٢١٢٧/د - ٤٣/ جـ٧).

ويفهم مما سبق أن الاعلام العربي المشترك - من خلال الجامعة العربية - حتى وهو يمارس مهام تعريف المواطن العربي بأنشطة الجامعة، يجب أن يمر من خلال حراسة بوابة الصحف القطرية من كل دولة عربية! ومن هذا الاطار أيضاً رفضت الدول العربية إنشاء مكاتب إعلامية للجامعة بعواصمها في حين قبلت هذه الدول إنشاء مكاتب لمنظمات دولية أخرى - غير عربية - في عواصمها! وليس هناك من تفسير لهذا الموقف سوى الخوف من أن تستخدم هذه المكاتب للتدخل في الشؤون الداخلية للدول أو للقيام بأعمال غير مرغوب فيها.

هذا الشك العربي - العربي، كان سبباً رئيسيا في اخفاق الجامعة، وإعلامها، ولم تنجح حتى الجهود الرامية الى افتتاح مكاتب إعلامية للجامعة بوزارات الاعلام للدول الأعضاء تكون مهمتها النشر عن الدول وتقديم ما يرغب في نشره الى وزارات الاعلام فيها، فقد قوبل هذا الاقتراح بالرفض من



جانب معظم الحكومات العربية، وحتى نظام مراسلي الجامعة في الأقطار العربية، ومن المحترفين من أبنائها، كانت الخلافات العربية ـ العربية سبباً في إفشاله وإنهائه. وهكذا عجز الاعلام العربي المشترك عن الاتصال المباشر بالجماهير العربية طيلة العشرين سنة الأولى من حياة الجامعة العربية.

وخلال النصف الأول من الستينيات من القرن العشرين، واجهت العالم العربي عدة أحداث كان في مقدمتها محاولات اسرائيل تحويل مجرى نهر الأردن، ولجوء بعض الأنظمة العربية الى القوة لحل خلافاتها مع أنظمة عربية أخرى، وظهور الصراع بين ما سمى في ذلك الوقت بالنظم التقدمية والنظم الرجعية.

كل ذلك أدى الى عقد مؤتمرى القمة العربية الأول والثاني عام ١٩٦٤ بهدف رأب الصدع العربي واتخاذ موقف تجاه محاولات اسرائيل لتحويل مجرى نهر الأردن.

وقد استجاب الاعلام العربى المشترك بفاعلية لنتائج انعقاد هذين المؤتمرين في نطاق الجامعة العربية، فقد أدى التماسك والتضامن العربى الذى ظهر خلال هذين المؤتمرين الى تحفيز الاعلام العربى حيث خولت الدول العربية الجامعة القيام بالدفاع عن الوطن العربى والقضايا العربية وتقديم صورة متماسكة لوطن عربى كبير تعمل فيه قوى فعالة في سبيل التقدم والرفاهية والاستقرار.

وقد استمرت وظيفة الإعلام العربي المشترك تدور في الإطار السابق حتى حدثت نكسة عام ١٩٦٧م

اظهار وابراز القضايا المصيرية للعرب.. من اساسيات الاعلام العربي المشترك.

واحتلال اسرائيل لسيناء والجولان والضفة الغربية لنهر الأردن. وقد أدت أحداث ١٩٦٧م الى سيادة الشعور بالاحباط والمهانة والتمزق بين العرب مما استدعى اعادة تحديد وظائف الاعلام العربي المشترك فيما يلي:

أولا : تعريف الرأي العام العربي بنشاطات الجامعة.

ثانيا: زرع الثقة في نفوس العرب بأنفسهم وبأجهزتهم الاعلامية.

ثالثا: التعريف بقضايا الوطن العربي وخاصة القضية الفلسطينية والتعريف بالقيم الحضارية للوطن العربي وأوجه تقدمه.

رابعا: استقطاب التعاطف مع العالم العربي وقضاياه.

وقد تلقى الاعلام العربي المشترك قوة دفع كبيرة بعد انتقال الجامعة الى مقرها المؤقت في تونس اثر

الخلافات العربية العربية بعد توقيع مصر لاتفاقية كامب دافيد. وترجع هذه الدفعة الى اهتمام الأمين العام للجامعة بالنواحي الإعلامية، حتى ان بعض الباحثين اطلقوا على مرحلة الشاذلي القليبي «المرحلة الاعلامية للجامعة العربية».

وبعد عودة الجامعة العربية الى مقرها الأساسي في مصر وتولى د. عصمت عبد المجيد منصب الأمين العام، كان من المنتظر أن تستمر الجامعة في نفس الاتجاه، إلا أن حرب الخليج الثانية وما واكبها من تطورات الأحداث كان لها أثر سيىء على المواطن العربي الذى شاهد وعانى من انقسام السياسة العربية تجاه أحداث الحرب من دول مؤيدة وأخرى معارضة.

واضطرت الأنظمة العربية الى خوض حرب يوجه فيها العربي سلاحه لصدر أخيه. وقد القت غمامة هذه الظروف بظلامها على الاعلام العربي وأثقلت كاهله بعبء جديد وهو اعادة إحياء الاحساس القومي في نفس المواطن ونبض الشارع العربي، وهو جهد سيستلزم سنوات طوال من العمل العربي المشترك ومن الاعلام العربي المشترك من جانب القيادة الجديدة للجامعة العربية والتى تتمثل في شخص أمينها العام السيد/ عمرو موسى الذى تنظر اليه الشعوب العربية وحكوماتها نظرة أمل لتاريخه المشرف وقدراته، مما جعل العرب حكومات وشعوباً يجمعون على ترشيحه واختياره أميناً عاماً لجامعتهم.

كثير من الدول العربية ارتبطت قراراتها الاقتصادية بالمزاج السياسي لانظمتها.

تطورات الوضع الراهن :

إن المتتبع لتطورات الأحداث في العالم وخاصة في المنطقة العربية في الوضع الراهن يمكن أن يلاحظ ما يلي:

أولا: انه في الوقت الذى يزداد فيه الرأي العام العربي نضجاً وقدرة على القيام بدور فاعل في الشأن العربي العام، بسبب تنامى إحساسه القومى والاسلامي وعدم ثقته في قيام أمريكا والغرب بدور محايد في قضايا الصراع في المنطقة وفي مقدمتها قضية فلسطين، فإن معطيات الظرف الدولي الحالي تجعل الإرادة السياسية الرسمية العربية تعانى من تقاعس وعدم رغبة أو حتى خوف من التعامل الجاد مع الموقف الدولى ومع العدو الصهيوني وعلى رأسه حكومة شارون. والقضية هنا هى أن تطلعات الشعوب أعلى من قدرات الحكومات والجامعة العربية.

ثانيا: انه رغم الإتفاق الشكلى بين الدول العربية لدعم القضية الفلسطينية، وقضايا تحرير الجولان والضفة الغربية والقدس ومزارع شبعا وجزر الامارات، إلا أن الرؤى القطرية لكيفية التعامل مع هذه القضايا تختلف من دولة لأخرى نتيجة لإرتباطات مسبقة أو مصالح أو خوف من تهديد خارجى أو حتى من داخل المنطقة.

ثالثا: رغم مرور اكثر من عشر سنوات على حرب الخليج الثانية، فإن آثارها وتداعياتها مازالت ماثلة، كما أوجدت هذه الحرب شرخاً وتمزقاً في الوجدان العربي بين تعاطف مع الشعب العراقى ومعاناته وتشكك في النوايا العراقية، الأمر الذى يحتاج لجهد عربي أمين ومخلص لمعالجته.

رابعا: عدم توحد الإرادة العربية في تعاملها مع القضية الفلسطينية نتيجة لضغوط خارجية ولانشغال الدول العربية بمشكلاتها سواء الخارجية أو الداخلية أو العربية العربية، ووجود شعور لدى بعض الدول العربية بعدم جدوى التعاون مع نظيراتها العربية.

خامسا: رغم كل ما تتعرض له رؤوس الأموال العربية في الخارج من مخاطر، وهذه الأموال قادرة - بعودتها الى المنطقة العربية - على أن تجعل هذه المنطقة بلاداً تقدم المساعدات الاقتصادية بدلا من استجدائها، فإن رأس المال العربي مازال قابعاً في بنوك أوربا وأمريكا وأقصى الشرق ويتردد في عبور المتوسط أو الأطلسى لعدم ثقته في أنظمة ارتبطت قراراتها الاقتصادية بالمزاج السياسي لأنظمتها السياسية بكل مالها وما عليها.

سادسا: رغم انضمام معظم الدول العربية لمنظمة التجارة العالمية أو سعيها للإنضمام، واستضافة دولة قطر لمؤتمر المنظمة هذا الشهر (نوفمبر ٢٠٠١) وظهور تأثير التكتلات الاقتصادية على أعمال وقرارات وسياسات هذه المنظمة، فإن الدول العربية مازالت تغط في ثبات عميق بخصوص اتخاذ خطوات جادة نحو إنشاء السوق العربية المشتركة وإزالة الجمارك ورفع مستوى التجارة البينية العربية. ويتزامن هذا مع استمرار سيادة نموذج الصانع الردىء والتاجر الجشع والمستهلك الذى يفضل المنتج الأجنبي الذى ربما كان أفضل جودة وأقل سعراً.. هذا الأمر يستدعى وقفة جادة وعملا أميناً ومطالبة حازمة لرجال الصناعة والاستثمار العرب بتدارك هذه الاخطاء بتحقيق جودة الانتاج وتخفيف العبء عن كاهل المستهلك العربي واستعادة ثقته بالمنتج العربي. كما أن الحكومات العربية والقادة العرب والاعلام العربى مطالبين بتوعية المستهلك العربي وترغيبهم وحثهم على تفضيل المنتجات العربية كما فعل ويفعل العديد من زعماء دول العالم.

سابعا: حدوث طفرة في الاعلام العربي، وظهور فضائيات عربية جادة وجذابة لا تقل عن مثيلاتها في دول متقدمة، لكن يلاحظ عليها: عدم التنسيق فيما

بينها في المواقف والمعالجة حينما تتناول القضايا العربية الحيوية، وتبعيتها المغلفة أو الواضحة للسياسات الوطنية لدولة المقر، بجانب توجهها الى المشاهد والمستمع العربي، مع إهمالها لمخاطبة الرأي العام العالمي بلغته ومنطقه وعدم استفادتها من العلماء العرب المتخصصين في الرأي العام الأمريكي والغربي. والفائدة الواضحة للفضائيات العربية - وغيرها - هي الغاء لغة الاستهلاك المحلي التي كانت تسود هذه المنطقة في فترة من الفترات وعدم جدوى استخدامها.

ثامنا: الدعم المتواصل لإسرائيل من جانب الولايات المتحدة وبريطانيا والاتحاد الأوربي، ويظهر هذا الدعم من أشكاله العسكرية والاقتصادية والسياسية والتي كان آخرها موقف أمريكا وموقف الاتحاد الأوربي في مؤتمر مكافحة العنصرية الذي عقد (بدربن) بجنوب أفريقيا عام ٢٠٠١.

تاسعاً: تزايد الحملات الغربية والاسرائيلية ضد الاسلام والمسلمين والربط بين الدين وأصحابه وبين الإرهاب رغم وجود حركات إرهابية في الأديان الأخرى وفي مقدمتها المتطرفين اليهود ورئيس حكومة اسرائيل الحالية. والملاحظ تزايد التوجه الغربي نحو معاداة الاسلام والمسلمين على الأرض واقعاً ملموساً، وتزايد النفي الاعلامي والسياسي لهذه المعاداه، فالفعل من هذا الخصوص يتنافي مع القول، الأمر الذي يستدعي مقاومة هذا التوجه إعلامياً وسياسياً واقتصادياً وحضارياً.

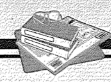
وهكذا.. يواجه العرب وإعلامهم وجامعتهم عدداً من التحديات التي تفرضها عليه الظروف العالمية والاقليمية التي يعيشها العالم ونحن في بداية القرن الواحد والعشرين، وتتمثل أهم هذه التحديات فيما يلي:

١ - دعم الشعب الفلسطيني والقيادة الفلسطينية في كفاحه ضد العدوان والاستعمار الاستيطاني الاسرائيلي واقامة دولته المستقلة كاملة السيادة وعاصمتها القدس العربية، وتنبيه العالم الى مغبة التغاضي عما ترتكبه اسرائيل من جرائم ضد الشعب الفلسطيني وقيادته.

٢ - وضع خريطة السلام في الشرق الأوسط وأهمية اخلاء هذه المنطقة من اسلحة الدمار الشامل على نفس أهمية القضايا الدولية الأخرى كقضية مكافحة الإرهاب وجعل هذه القضايا دائماً في بؤرة الاهتمام العالمي.

٣ - التصدي للهجوم الشرس الذي يتعرض له العرب والإسلام من جانب وسائل اعلام غربية ووسائل الاعلام الاسرائيلية واتهامها للعرب بالأصولية والإرهاب ودعم المنظمات الإرهابية.

٤ - التصدي لمحاولات الخلط بين أعمال حركات ومنظمات المقاومة المشروعة وأعمال المنظمات الإرهابية.



٥ ـ التصدى لمحاولات عزل بعض الدول العربية عن المظلة العربية بوصفها بالارهاب أو بالتخطيط للعدوان وتطبيق العقوبات السياسية والإقتصادية والعسكرية عليها.

٦ ـ استيعاب مقتضيات ما بعد الحرب الباردة، ومقتضيات التعامل مع الظروف التى يعيشها العالم تحت نظام الهيمنة الأحادية القطب، والعمل الجاد لاثبات الوجود العربي وفاعليته في النظام الدولي.

٧ ـ الدفاع عن المصالح الاقتصادية العربية في مواجهة التكتلات الاقتصادية الأخرى وبالتعاون معها في اطار تبادل المصالح.

٨ ـ تعميق وتنفيذ الاتفاقيات الاقتصادية بين الدول العربية والعمل على زيادة حجم التبادل التجارى بين الدول العربية والاسلامية والافريقية والاسراع في جعل السوق العربية المشتركة حقيقة واقعية.

٩ ـ العمل على التعاون والتفاعل مع المنظمات الاقليمية الأخرى وخاصة تلك التى تضم دولا عربية في عضويتها مثل منظمة المؤتمر الاسلامي والمنظمات الافريقية والأسيوية. وتوطيد أواصر الصداقة وتبادل المصالح والخبرات مع الاتحاد الأوربي والمنظمات الأمريكية.

١٠ ـ تخطيط وتصميم وتنفيذ برامج لربط العرب في دول المهجر بالوطن العربي وقضاياه المصيرية وبرامج التنمية والاستثمار فيه. بالاضافة الى مساعدتهم في الدفاع عن حقوقهم وقضاياهم وتنظيم أنشطتهم بما يحقق مصالحهم وأمنهم وبما لا يتعارض مع القوانين الوطنية لدول المهجر وأنظمتها.

**** الجامعة العربية اخفقت في تكوين وتشكيل اعلام عربي موحد.**

١١ ـ إزالة التناقضات بين الانتماء القطرى والقومي لدى الشعوب العربية.

١٢ ـ إزالة حالة الاحساس بالتشتت والشعور بالضعف التى يعيشها النظام والشعب العربي.

١٣ ـ رفع الروح المعنوية للشعوب العربية.

١٤ ـ مواجهة أسباب النزاعات والخلافات العربية العربية والعمل على حلها في اطار عربي.

١٥ ـ وضع آلية عربية وسرعة تنفيذها للفصل فيما يثار من قضايا وخلافات بين الدول العربية، وتتمثل هذه الآلية في محكمة العدل العربية.

١٦ ـ التعاون مع المجالس العربية كمجلس التعاون الخليجي والاتحاد المغاربي وغيرها، والعمل الصادق الجاد على ألا تشكل هذه المجالس بديلا للجامعة العربية.

١٧ ـ تهيئة المناخ المناسب للتقبل العربي لفكرة الوحدة العربية أو المواطنة العربية بالدعوة الى مؤتمرات عربية في مجال التعليم لإزالة الاختلافات بين المناهج وتقريبها أو توحيدها، وفي مجال التبادل التجارى والجمارك ومجالات الصحة والاعلام

** دعم موقف الاقليات العربية في الغرب.

** تشكيل الرؤية المستقبلية للأمة العربية في كل توجهاتها.

** تطلعات الشعوب اعلى من قدرات الحكومات والجامعة العربية.

** ازالة التناقضات بين الانتماء ين القُطْرى والقومي.

وغيرها، لتهيئة المواطن العربي للتطبيق الحقيقى لمفهوم الوحدة العربية بجوانبها السياسية والاقتصادية والثقافية والعسكرية مع الاحتفاظ بالطابع الوطنى في الاطار العربي.

١٨ ـ التصدى لمحاولات تزوير الحقائق التاريخية عن العرب ومساهماتهم في الحضارة العالمية في الماضى والحاضر، وابراز دور العلماء العرب في الغرب وأمريكا وتقديمهم خدمات للإنسانية وربطهم بأوطانهم والاستفادة من خبراتهم العالمية وتقديرها.

١٩ ـ محاولات ابراز أوجه الاتفاق بين الاسلام والحضارة العربية والديانات الأخرى والحضارات الأخرى واظهار أوجه التعاون والتلاقى.

٢٠ ـ التصدى للمحاولات الرامية الى توسيع هوة الاختلافات الطائفية والدينية والفقهية في الوطن العربي والمقصود بها اضعاف النظام العربي والثقافة المرجعية الشاملة للوطن العربي، واظهار أوجه الاتفاق والتلاقى فيما بينها.

٢١ ـ العمل على تضييق الفجوة بين ما يتخذ من قرارات وتطبيق هذه القرارات على أرض الواقع في الدول العربية لإزالة ذلك الشعور السائد بأن العرب يتخذون قرارات ولا ينفذوها.

٢٢ ـ التعاون المشترك مع الأجهزة الاعلامية في الدول العربية وتوضيح فكرة أن الحكومات العربية لا يجب أن تخشى من امتداد أنشطة الاعلام العربى المشترك الى بلدانها، ذلك لأن التطورات في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بددت هذه الأوهام ومكنت الاعلام ـ إن شاء ـ من الخروج من نطاق سيطرة الحكومات حتى أن مشاهدة مواطنى بعض الدول للفضائيات التى تبث من دول أخرى تفوق مشاهدتهم لما تبثه الفضائيات الوطنية من بلدانهم.

نحو استراتيجية للاعلام العربي المشترك :

إن أية استراتيجية لتنفيذ الاعلام العربي المشترك يجب أن توظف جيداً لخدمة أهدافه، كما يجب على من يتصدى للقيام بهذا العمل أن يضع في اعتباره أننا نعيش في عالم متغير، وأن بعض الأحداث الطارئة قد يكون لها من القوة ما يدعو اطرافا كثيرة الى إعادة حساباتها فأحداث سبتمبر

٢٠٠١ أدت الى انقلاب في سياسات بعض الدول والى احراج دول أخرى والى اعادة صياغة لأهداف خارجية طالما أعلن عنها أصحابها٠٠ والجامعة العربية وإعلامها ليسا بمنأى عن العالم وما يدور فيه٠ وإذا كانت هذه هي الحال، فإن أية استراتيجية للاعلام العربى المشترك يجب أن تتسم بما يلى:

أولا: المرونة، إذ يجب أن تتسم الاستراتيجية العربية للاعلام العربى المشترك، بخاصية امكانية إجراء تعديلات عليها وفقاً للظروف التى يمكن أن تطرأ على العالم أو جزء منه٠ وهذه المرونه تتطلب اليقظة وسرعة اتخاذ القرار استجابة للأوضاع الطارئة٠

ثانيا: وهذه النقطة مرتبطة بالأولى وبما يليها، وهى ضرورة أن تقوم استراتيجية الاعلام العربى المشترك على الدراسة العلمية والعملية الشاملة للأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية في الدول والمناطق التى يوجه إليها الاعلام العربى المشترك وطبيعة العلاقات بين الدول العربية كل على حدة وكتجمعات وهذه الدول والمناطق، وينطبق ذلك على الدول العربية ودول العالم، بالاضافة الى أهمية دراسة طبيعة العلاقات بين الدول أو المناطق التى يوجه اليها مضمون الاعلام العربي المشترك والدول المعادية للعرب وقضاياهم والنشاط الإعلامى والثقافي والسياسى والاقتصادي والاجتماعي لهذه الدول المعادية في المناطق المقصودة٠

ثالثا: العمل الجاد على خلق الاحساس، إن لم يكن الاقتناع لدى الرأى العام العالمى بأن سلام العالم وأمنه يرتبط بسلام وأمن الشرق الأوسط ومساعدة الفلسطينيين على اقامة دولتهم كاملة الاستقلال مع ضمان الأمن والسلام لجميع دول المنطقة على حد سواء٠

رابعا: اقناع شعب وحكومات وأحزاب اسرائيل بعدم جدوى سياسة القوة والحصار، وأن السلام والعدل هو الأساس القوى لأمن وسلامة وبقاء ووجود ورفاهية جميع شعوب المنطقة بمن فيهم من يعيشون في اسرائيل٠

خامسا: خلق وتدعيم الاحساس لدى الشعوب والحكومات العربية بأن قوّتهم في وحدتهم وتكاتفهم، وبطرح السبل الاقتصادية والتعليمية والثقافية والاجتماعية للتقريب بين العرب شعوباً وحكومات٠

سادساً: الربط الدائم بين العرب دولا وشعوباً والعرب في بلاد المهجر، وإيجاد قنوات فعالة للتواصل الفكرى والمادى لمساعدتهم عن الدفاع عن قضاياهم وحقوقهم، بدون المساس بولاءاتهم المشروعة لدولة المهجر٠

سابعاً: استخدام شبكة العلاقات الدبلوماسية وغير الدبلوماسية للقادة ورجال الاعمال والعلماء العرب وأصدقائهم لكسب مناصرين لقضايا العرب والسلام٠

ثامنا: العمل على تنظيف منطقة الشرق الأوسط من الاسلحة النووية واسلحة الدمار الشامل، واخضاع كل الانشطة النووية بالمنطقة لاشراف ورقابة وكالة الطاقة النووية الدولية٠



بحـــوث الاعــــلام في الوطن العـــربي الواقع والمستقبل

بقلم : د. محمد محمود المرسي

أستاذ الاعلام المشارك - جامعة الملك عبدالعزيز - جدة

المتغيرات الاعلامية الحالية والتقدم الكبير في تكنولوجيا الاتصال أدى الى وجود مئات بل الاف محطات الراديو والتليفزيون الأرضية والفضائية، الوطنية والقومية والعالمية، وأصبح أمام المستمع والمشاهد فرصة كبيرة في الاختيار والتنقل بين بدائل متعددة ومتاحة بوسائل تكنولوجية أصبحت الى حد كبير في متناول يده.. وقد أدى هذا التقدم وتزايد بدائل الاختيار الى تزايد الاهتمام بالابحاث العلمية في مجال الاتصال بمجالاته المختلفة، ليس فقط من قبل القائمين بالاتصال والمخططين في وسائل الاعلام، ولكن أيضا من قبل الجمهور المتلقى والباحثين أنفسهم، حيث تزايد الاهتمام من قبل هذه الفئات للأسباب التالية: [١]

أ - ان الابحاث تمد المديرين والمخططين والقائمين بالاتصال بشكل عام في وسائل الاعلام المختلفة بالبيانات والمعلومات التى تجعل آراءهم - في ظل عالم متنافس - أكثر فاعلية للوصول الى أكبر قاعدة من الجمهور، ولاحداث اكبر تأثير ممكن للرسائل الاتصالية، هذا بالاضافة الى المساهمة في حل الكثير من المشاكل العملية التى تواجه العملية الاتصالية، التي تفيد الى حد كبير في أداء العمل بشكل أكثر فاعلية.

ب ـ محاولة تطوير النظريات لشرح التأثيرات المختلفة لوسائل الاتصال، ومحاولة فهم كيف تحدث مثل هذه التأثيرات، مع الوضع في الاعتبار السياق الاجتماعي والثقافي للمتلقى.

ج ـ ان الجمهور نفسه يهتم بالتأثيرات الواقعة عليه سواء أكانت ايجابية أم سلبية، ويهتم بشكل اكبر بالتأثيرات السلبية المحتملة لوسائل الاتصال.

ـ ومنذ منتصف الثمانينيات وحتى الآن أصبح الاتصال بشكل عام أكثر التصاقا ببناء المجتمع المعاصر، ويمكن ان نقرر ان النظر الى مكونات الحياة العامة، أو الحياة الخاصة في المجتمع يجب ان يضع الدور الرئيسي للاتصال في الاعتبار[٢]٠٠ مما يدعو الى أهمية الفهم الكامل لكافة أبعاد هذا الدور والتأثيرات المختلفة التى يؤدى اليها، وذلك في اطار الدراسات الجادة التى تجرى على وسائل الاتصال بشكل عام، والاتصال الجماهيري بشكل خاص، وفي كافة مجالاته ومستوياته٠٠ فالباحثون في مجال الاتصال الجماهيري يهتمون بكل أوجه العملية الاتصالية قدر اهتمامهم بالتأثيرات المختلفة لهذه الوسائل على المستقبلين، وغالبية الدراسات التى يجريها الباحثون في مجال الاتصال الجماهيري تركز على كافة أوجه العمليات الاتصالية، بحيث يمكن تصنيفها الى الآتي:[٣]:

أ ـ بحوث تركز على القائم بالاتصال: وهي بحوث تتناول كل ما يتعلق بالقائم بالاتصال، تصف وتحلل الطريقة التى يعمل بها، وممارساته المختلفة، وكيفية تطوير الأداء، والمشاكل التى يتعرض لها، وكيفية صنع قراراته٠٠٠ الخ٠

ب ـ بحوث تركز على الرسالة: وهي بحوث تركز على تصنيفات المضمون كما وكيفا٠

جـ ـ بحوث تركز على الوسيلة: وهي تتناول شخصية وامكانات الوسيلة، والمقارنة بين الوسائل المختلفة٠

د ـ بحوث تركز على الجمهور: من القراء والمستمعين والمشاهدين، وتركز هذه النوعية على الحصول على بيانات ومعلومات عنهم في مجالات عديدة مثل: النوع/ العمر/ التعليم/ الدخل/ الآراء/ المعتقدات/ الاتجاهات٠ وتركز أيضا على مدى رضائهم واشباعهم من الوسائل المختلفة٠

هـ ـ بحوث تركز على التأثير: وهى تلك البحوث التى تركز على تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري على سلوكيات وأفكار ومعتقدات واتجاهات ومواقف جمهور المستقبلين٠

ـ ومن دوافع زيادة الاهتمام بالبحوث الاعلامية عامة، وبحوث المستمعين والمشاهدين خاصة، تلك الارقام المتزايدة لأجهزة استقبال الراديو والتلفزيون، أيضا زيادة نسبة الاستماع والمشاهدة، مما يدفع بالأجهزة الاعلامية في اطار المنافسة فيما بينها، وفي اطار محاولة الاستحواذ على المستمع والمشاهد، الى زيادة اهتمامها واعتمادها على الابحاث العلمية

وبصفة خاصة في مجال بحوث المستمعين والمشاهدين.. فالارقام تشير الى ان عدد أجهزة الراديو في الولايات المتحدة الأمريكية تبلغ تقريبا اكثر من ضعف عدد السكان، ففي عام ١٩٩٤م بلغ عدد الاجهزة ٥٤٠ مليون جهاز، بالاضافة الى حوالى ثلث هذا الرقم (١٨٠ مليون جهاز) موجود بالسيارات، وكل منزل يوجد به على الأقل جهاز راديو واحد، وفي الخمس عشرة سنة الماضية ازداد اتجاه الاستماع الى محطات الـ FM خاصة بين الشباب والمراهقين، ومتوسط الاستماع للراديو بغض النظر عن العمر أو الجنس أو التعليم يصل الى ثلاث ساعات يوميا[٤].

- وفيما يتعلق بالتليفزيون فان ٩٩٪ من المنازل في الولايات المتحدة الامريكية لديها على الأقل جهاز تليفزيون واحد، و٧٠٪ لديها أكثر من جهاز (احصاءات ١٩٩٥م)، كما ان التليفزيون الكابلى لديه اكثر من ٦٠ مليون مشترك، أيضا فان جهاز التليفزيون يظل مفتوحا بمتوسط سبع ساعات يوميا، ويبلغ متوسط مشاهدة الفرد للتليفزيون حوالى ثلاث ساعات يوميا[٥].. أيضا فان التليفزيون يحتل قمة وسائل الاتصال الجماهيري في المصداقية في الولايات المتحدة الامريكية بنسبة ٥٦٪ ، يليه الصحافة بنسبة ٢٢٪، ثم الراديو بنسبة ٧٪[٦].

أيضا فقد أشارت الدراسات التى أجريت في انجلترا بين أعوام ١٩٨٦ ـ ١٩٩٦م الى ان معدل الوقت الذى يقضيه البريطانيون في مشاهدة التليفزيون بكل قنواته يبلغ حوالي ٣ر٣٠ ساعة في اليوم، أو من ٢٥ الى ٣٠ ساعة في الاسبوع، أو حوالى ١٥٠٠ ساعة في العام، كما ان التليفزيون يظل مفتوحا أطول مدة ممكنة نظرا لاختلاف مواعيد المشاهدة بين أفراد المنزل الواحد[٧].

وفي مصر أشارت دراسة حديثة (١٩٩٦م) الى ان معدلات الاستماع للراديو بين الذين أجريت عليهم الدراسة وصلت الى ٥ر٤٠٪ (٢٥ر١٠٪ دائما، ٢٥ر٣٠ أحيانا)[٨].

وفي دراسة حديثة أخرى عن التليفزيون في مصر (١٩٩٨م) اتضح ان معدلات مشاهدة التليفزيون وصلت الى ١٠٠٪ بين مفردات العينة (٢٥ر٦٦٪ دائما ، ٧٥ر٣٣٪ أحيانا) ، أيضا اتضح ان ٣ر٥٣٪ يشاهدون التليفزيون بين ثلاث وخمس ساعات يوميا[٩].. وتؤكد هذه النتائج دراسة أخرى (١٩٩٧م) اتضح منها ان ٧ر٥٧٪ من الذين

**الاعلام أصبح اكثر التصاقاً ببناء المجتمع المعاصر.



أجريت عليهم الدراسة يشاهدون التليفزيون من ثلاث الى اكثر من خمس ساعات يوميا[١٠].

المشاكل التى تواجه بحوث الاعلام في الوطن العربي:

رغم أهمية البحوث الاعلامية وبصفة خاصة مع وجود مستجدات وتحديات اعلامية كبيرة على مستوى الدول العربية، وعلى مستوى العالم، الا ان بحوث الاعلام مازالت تواجه العديد من المشاكل على مستوى دول الوطن العربي بصفة خاصة .. ومن أهم المشاكل:

(١) عدم وجود وعي عام بأهمية البحث العلمي:

وهذا الجانب يعد من المعوقات الهامة لاجراء أبحاث علمية موثوق في نتائجها .. لأن انخفاض نسبة الوعي بأهمية البحث العلمي سواء لدى المسئول أو المخطط أو رجل الشارع العادى يؤدى الى:

أ - عدم الاهتمام باجراء مثل هذه البحوث.

ب - عدم الاهتمام بتطبيق نتائجها اذا تم اجراؤها.

جـ - عدم اهتمام جهود وسائل الاعلام بالتعاون في تطبيق مثل هذه البحوث.

(٢) صعوبة توافر مقومات الرأى العام بمفهومه العلمي:

وهذا يؤثر بدوره على مجال هام من مجالات بحوث الاعلام التى تتطلب قياس الرأي العام في

**** التليفزيون أصبح أضخم وسيلة اتصال جماهيرية.**

موضوعات هامة تفيد نتائجها في النهاية المسئولين في الدولة، كما تفيد المخططين لرسم السياسات الاعلامية.

(٣) عدم وجود أجهزة بحثية كافية ومستقلة:

والمقصود هنا المؤسسات والاجهزة التى تمتلك الامكانات الكافية والكاملة لاجراء بحوث علمية على مستوى عال من الدقة، بالاضافة الى استقلالية هذه المؤسسات بما يضمن نتائج موثوق بها .. والواقع الفعلى في الدول العربية يشير الى افتقاد العديد من هذه الدول لمثل هذه الاجهزة.

(٤) نقص الموارد المالية اللازمة لاجراء البحوث الاعلامية:

وهذا جانب هام يؤدى الى محدودية هذه الابحاث، ومحدودية نتائجها .. فالبحث العلمى يحتاج الى موارد مالية للصرف على الاوجه المختلفة لتنفيذه .. وغالبا ما يكون هناك نقص في توفير مثل

**** الدراسات الدقيقة للعملية الاتصالية تفيد كثيراً في توجيه وسائل الاتصال الى الأفضل والأمثل.**

**** في عصر الفضاءات المفتوحة إذا أردنا المنافسة الحقيقية علينا أن نركن الى الدراسات الجادة في ميدان الاعلام.**

هذه الموارد سواء على مستوى المؤسسات والاجهزة البحثية، أو على مستوى الأبحاث الفردية للباحثين.

(٥) نقص الدعم لأنماط معينة من البحوث:

فاذا كان هناك - كما ذكرنا - نقص في الموارد المالية اللازمة لاجراء البحوث الاعلامية بشكل عام، فانه بشكل خاص هناك فقر شديد، ونقص كبير في الدعم الموجه لاجراء نوعيات معينة من البحوث ولا سيما تلك المرتبطة ببحوث الرأى العام.

(٦) نقص البيانات والاحصاءات وتضاربها:

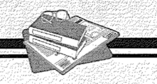
وهى مشكلة لا تواجه فقط الدول العربية، لكنها مشكلة عامة في دول العالم النامي.. وهى مشكلة تواجه الباحث العربي الذى يواجه غالبا نقصا حادا في البيانات والاحصاءات اللازمة لاختيار عينة دراسية، واجراء واستكمال بحثه في مراحله المختلفة.. واذا ما توافرت هذه البيانات والاحصاءات في بعض الجهات، يواجه الباحث مشكلة أخرى وهى تضارب هذه البيانات والاحصاءات واختلافها من جهة لأخرى، مما يؤدى به الى الشك في دقتها.

(٧) الاجراءات الروتينية اللازمة لاجراء البحوث:

ففي العديد من دول الوطن العربي يواجه الباحث سلسلة من الاجراءات الروتينية التى ينبغى عليه ان يمر بها حتى يحصل على الموافقة على اجراء البحث، وخاصة تلك البحوث المتصلة بجمهور وسائل الاعلام، وبحوث الرأى العام.. أى البحوث الميدانية بصفة أساسية.. ومثل هذه الاجراءات التى تستنفد كثيرا من الوقت والجهد للانتهاء منها تتطلب في بعض الدول العربية شهورا عديدة للحصول على الموافقة النهائية لاجراء البحث.. وقد تأتى هذه الموافقة، أو لا تأتى.

(٨) عدم وجود تكامل بحثى على المستوى الوطنى/ وعلى المستوى العربي:

وهى مسألة تخطيط وتنسيق سواء على مستوى كل دولة عربية على حده، أو على مستوى الدول العربية بكاملها، أو أجزاء جغرافية منها، حتى يتم اجراء بحوث متكاملة في موضوعات مختلفة على



المستوى الوطني/ وعلى المستوى العربي أيضا[١١].

هذه نماذج من بعض المشكلات التي تواجه بحوث الاعلام على مستوى دول الوطن العربي بشكل عام.. وينبغي أن نشير في النهاية أنه إذا أردنا أن نطور من وسائل اعلامنا شكلا ومضمونا، وإذا أردنا أن ننافس اعلاميا في عصر السماوات المفتوحة، فإنه ينبغي أن يكون هذا التطوير وهذه المنافسة قائمة على أسس علمية سليمة تستند الى نتائج أبحاث علمية موثوق بها وبنتائجها، كي تؤدي الى اتخاذ القرار السليم في الوقت المناسب.. وإذا أردنا أن نجري مثل هذه الابحاث العلمية الاعلامية، فانه ينبغي بحث ودراسة كل المشاكل والمعوقات التي تواجه بحوث الاعلام في الوطن العربي، والعمل على توفير كل ما يساهم في اجراء وتنفيذ هذه البحوث بشكل علمي دقيق.

الهوامش :

(١) Melvin l, Defleur, Everette E. Dennis, Understanding Mass Communication (U.S.A. Noughton Mifflin Compang, 1996) P.P 497 - 499

(٢) John Corner, Philip Schlesinger, Roger Silverstone, International Media Research (london: Routledge, 1997) P.9.

(٣) Melvin L. Defleur, (1996), Op. Cit. P501.

(٤) Joseph R.Dominick, "The Dynamics of Mass Communication, Fifth edition, (U.S.A: The Mcgrow nill Companies, 1996) P.487.

(٥) Ibid, P. 490.

(٦) Ibid, P. 493.

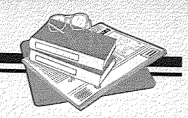
(٧) Bob Mullan, Consuming Television: Television and its audience (V.K: Blackwell Publishers 1997) P.14.

(٨) هبة أمين شاهين، استخدامات الجمهور في مصر للشبكة الاخبارية المصرية CNE: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ١٩٩٦) ص ١٣٦.

(٩) عزة الكحكي، الآثار المعرفية للحملات الاعلامية بالتليفزيون على الجمهور المصري (في اطار نظرية فجوة المعرفة)، رسالة دكتوراة، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام ١٩٩٨) ص ص ١٨٥ ، ١٨٦.

(١٠) خالد صلاح، دور التليفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الاعلام ١٩٩٧) ص ٢٣١.

(١١) سمير محمد حسين، بحوث الاعلام (القاهرة: عالم الكتب ١٩٩٥) ص ص ٣٠ ـ ٤٠.



الاعـلام المحلي في عـصـر العـولمة.. هل من ضـرورة؟



كجزء من هذا العالم تتوالى علينا تحديات ما سمي بالعولمة يوماً بعد يوم مما يتطلب معه إمعان النظر في هذا التيار وفهمه على حقيقته بغية الوصول الى رؤية وطنية تتيح لنا التفاعل والتعامل الإيجابي معه ومع أدواته وترتيباته وآثاره بما يكفل لنا المحافظة على مصالحنا الوطنية وهويتنا الثقافية التي هي مصدر اعتزاز وفخار مع عدم السماح لهذا التيار العولمي بأن يملي علينا سياسات أو اجراءات تتعارض مع لوازم هذه الهوية ومصلحتنا الوطنية .

بقلم : **د. على بن ظافر القرني**

قسم الإعلام - جامعة الملك عبدالعزيز - جدة

ولقد شهد ميدان الإعلام والثقافة في السنوات القليلة الماضية تحولات وتطورات تكنولوجية (تقنية) متسارعة أمكن معها تحقيق انفتاح إعلامي لم نشهد له مثيلا أدى الى إغراق العالم برسائل إعلامية تبثها وسائل إعلامية - غربية وشرقية - تحمل في طياتها الكثير من المضامين التي تعتبر تعدياً على عقائد وقناعات الناس التى ارتضاها الله لهم واعتنقوها .

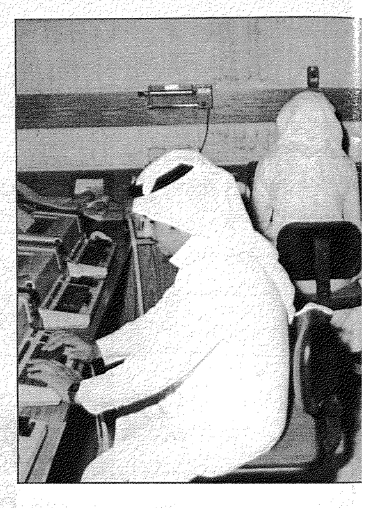
إن النقد الانفعالي لما تبثه هذه الوسائل الاعلامية العابرة للحدود لا يعتبر الرد الكافي عليها



الكاتب في سطور

د. علي بن ظافر القرني:

- استاذ مساعد قسم الاعلام - جامعة الملك عبد العزيز - جدة.
- دكتوراه في دراسات الاتصال من بريطانيا ١٤٢٠هـ.
- شارك في تأليف كتاب (مقدمة في وسائل الاتصال)
- قدم عدداً من الاوراق والدراسات والبحوث.



بالرغم من ايماننا بضرورته. لكن الطريقة المثلى - في نظرنا - للتصدي لهذه المضامين التى نختلف معها كثيراً هو تحسين المنتج المحلي وإزالة كافة الصعوبات والمعوقات التى تعترض برامج التحسين والتطوير هذه وذلك لكي تتمكن وسائل الإعلام المحلية من القيام بمهمتها والاستحواذ على جمهورها ورفع مقدار حصانة هذا الجمهور حيال هذه المضامين.

فمن المعلوم بالضرورة أن أي مشروع تنموي نهضوي لن يبلغ اهدافه ومداه الا إذا سخرت له وسائل الاعلام بالشرح وحشد التأييد والحث الدائم على المشاركة الفاعلة في صنعه وإنجازه.

وبالقدر الذي يعطي فيه مجتمع ما دوراً أكبر للوسائل الاعلامية للعمل لهذه الغاية بالقدر نفسه تكون النتائج والانجازات.

فوسائل الاعلام المقروء منها والمرئي والمسموع يمكن أن تعمل كأدوات فاعلة مؤثرة في مسيرة التقدم والنهضة شريطة أن تتوفر لها الشروط الضرورية للقيام بهذا الواجب.

إن هذا الحضور الطاغي والانبهار الكبير بالوسائل الاعلامية الوافدة وبخاصة المنقولة فضائياً مرده ضعف الوسائل الوطنية وتخبطها الناتج عن اضطراب أو غياب المعايير المهنية والتقاليد الواضحة للعمل الإعلامي بما يفتح الباب واسعاً للتدخلات والضغوط المستمرة التى تفقد هذه الوسائل شخصيتها المستقلة وتبعدها عن المحاكمة الموضوعية للقضايا الملحة التى تهم جمهورها.

ان المشكلات التى تواجه الإعلام الرسمي في كثير من المجتمعات اليوم وتضعف موقعه أمام الاعلام الوافد هي سيادة الخطاب الفوقي السلطوي الذى لا يعبر بالضرورة عن رأي الجمهور ومصلحته والذي تضيق معه دائرة المشاركة الى الحد الذي تحرم معه فئات مهمة من حقها في التعبير الأمر الذي قد يؤدي الى شيوع الافكار المتطرفة والعنف كوسيلة بديلة للتعبير عن الآراء والمواقف علانية.

إن على الإعلام الرسمي ان يبادر الى توسيع القاعدة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التى يمثلها وان يتبنى قضايا المجتمع بجميع فئاته وطبقاته واتجاهاته.

**** من أجل منافسة الوافد والحفاظ على خصوصيتنا علينا تحسين المنتج المحلي.**

**** سيادة الخطاب الفوقي السلطوي أضعفت الاعلام كثيراً.**

**** الانبهار الكبير بالوسائل الاعلامية الوافدة مرده الى ضعف الناتج البرامجي الوطني وتخبطه.**

**** التليفزيونات المحلية تكون اكثر التصاقاً ببيئتها خدمة واظهاراً.**

إن من الانصاف للاعلام الرسمي - بالرغم من كل هذه المعوقات - ان نذكر انه في مجمله يغلب عليه الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والابتعاد عن الاثارة الرخيصة التى تقدم مبدأ الربح على ما سواه.

وبالرغم من تسليمنا بأهمية وجود الاعلام الرسمي الوطني والحاجة اليه بعد ان تطاله يد الاصلاح والتحسين، فإننا نقترح عن قناعة بأن الساحة المحلية تتسع بل تحتاج الى إعلام مرئي ومسموع ذي صبغة وخطاب محلي وذلك للمبررات التالية:

أولا : هناك حاجة دائمة وملحة للمعلومات ذات الطبيعة المحلية.. ونظراً لبعد مركز البث الرسمي الوطني قد لا يستطيع هذا البث المركزي ان يكون مصدراً للمعلومات في كل ناحية من نواحي البلاد. ومن المعلوم ان لكل

مجتمع محلي اهتماماته وأولوياته في مسيرة التنمية والتقدم المنشود والوسيلة المحلية بحكم قربها والتصاقها بواقع المجتمع المحلي أسرع استجابة في تلبية هذه الاهتمامات والتعامل بشكل ينسجم مع توجهات الاعلام الوطني الرسمي والسياسة الوطنية ومن الضروري ان تدخل الوسائل المحلية في حوار بناء رشيد يكون القصد منه الإثراء المعلوماتي والمعرفي في تناول القضايا المحلية بغية الوصول الى أساليب أكثر نجاعة في التعامل معها.

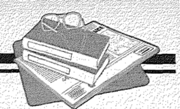
ثانيا : ان التطورات التى تشهدها الكثير من المجتمعات اليوم في مجالات تشجيع الاستثمار والخصخصة وتنشيط السياحة الداخلية وبرامج التوظيف وتوطين الوظائف تحتاج الى دعم إعلامي ينبري لهذه القضايا الهامة فيعطيها ما تستحقه من اهتمام مع الأخذ في الاعتبار طبيعة كل منطقة وخصائصها.

ثالثا: من شأن الإعلام المحلي معاونة الأجهزة الرسمية التنفيذية ودوائر اتخاذ القرار على الصعيد المحلي في أداء مهماتها على أساس من المشاركة الهادفة الى تحسين الأداء والارتقاء به تمشياً مع السياسة الوطنية التنموية.

رابعا: العمل على تنشيط الاقتصاد المحلي في كل مجتمع والذي يطمح ارباب الأعمال وبائعو المنتجات ومقدمو الخدمات الى الوصول الى جمهور المستهلكين المرتقبين المحليين بطريقة سهلة ميسوره وبتكاليف مالية تتفق مع حجم نشاطهم الاقتصادي دون تحمل تبعات مالية زائدة نتيجة نشر الرسالة الاعلانية على جمهور من غير المعنيين بها مع استفادة هذه الوسيلة المحلية من العائد الاعلاني كمصدر هام ورئيس من مصادر تمويلها.

خامسا: العمل على تفعيل الثقافة المحلية في الاقليم أو المنطقة التي تخدمها الوسيلة المحلية وإتاحة الفرصة للأفكار المبدعة والمواهب المحلية في الظهور والانتشار مع العناية بالحوار الثقافي المحلي والفعاليات الابداعية الثقافية والتي تقصر اهتمامات الوسيلة الرسمية المركزية في الاحاطة بها.

ولمهمة الاشراف على هذا المشروع الاعلامي الطموح يمكن تكوين هيئة مستقلة تكون عضويتها من اكاديميين وممارسين اعلاميين مخضرمين، وممثلين عن هيئات ثقافية وتعليمية وشخصيات عامة ويجب ان ينظر الى هذا المقترح في سياق فلسفة وطنية شاملة لمواجهة التأثيرات السلبية للعولة وكخط دفاعي يتجاوز مرحلة الشكوى من طوفان الافرازات الثقافية للعولة لمرحلة الفعل القائم على الثقة في القدرات الذاتية التى بها يكون التصدي.



تركيب الرسالة الإع

تحت هذا العنوان تندرج الأجزاء أو العناصر التى تؤلف بتجمعها الرسالة الاعلامية وقد يكون من المفيد: هنا، أن نعرض بايجاز قائمة «بالعناصر» التى تدخل في تركيب الرسالة الاعلامية:

بقلم: **د. عبدالعزيز شرف**

– مصر –

المادة:

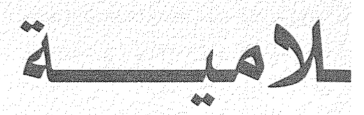
وتدل «المادة» على «قوالب البناء» الحسية التى تتركب منها الرسالة الإعلامية من أصوات وألوان وألفاظ... الخ. وفي الرسالة الإعلامية ترتب هذه القوالب وتنظم على نحو معين ـ هو الشكل، غير أن الرسالة أكثر من مجرد ترتيب لعناصر مادية، فعندما ندركها إعلاميا، نجدها تنطوى على توقع، وانتباه، وانفعال، واعلام، وفكرة، وفعل.

ذلك أن الاتصال بالجماهير على نطاق واسع يقرب الجمهور سواء كان هذا الجمهور متفرجا أم قارئا أم مستمعا. وقد يكون في المنزل أو في السيارة أو في المسرح، أو في أى مكان آخر. ولكل انسان في لحظة معينة بغض النظر عن محتويات لا شعوره، مجموعة من المشاعر والتوقعات التى توجد على السطح أو قريبا منه، وتستطيع أن تلعب دورا مباشرا في استقباله موضوع الاتصال. وهذا دور واضح في تجربة المرء للاتصال المواجهى. حيث يعرف صاحب الاتصال شيئا ما عن الحالة العقلية التى لابد أن يواجهها. بل إنه يستطيع التأثير عليها. ولوسائل الاتصال بالجماهير بعض أنواع العلاج، ومن ذلك المقدمات التى تسبق المذيع، والقوائم والاعلانات التى تنشر في الصحف، وهذه الوسائل جميعا تساعد على تشكيل التوقعات. غير أن التوقعات الخاطئة يمكن أن تأتى بنتيجة عكسية[١].

وفي الاتصال عن طريق الكلمة المطبوعة تتحدد التوقعات عن طريق العناوين والصور، وفن الطباعة، والاخراج، وبما يعلمه القارىء عن الناشر والكاتب والمصور، وهنا أيضا اذا أسىء التحديد، فقد يأتى بنتائج عكسية.

وقد أصبحت الرغبة في الاستحواذ على انتباه الجماهير ـ كما تعلم من تاريخ وسائل الاعلام ـ عرضة للتنافس المتزايد.. وقد نتج هذا عن الوفرة التى خلقناها، الأمر الذى أدى الى أمرين[٢]:

الأول: ازدياد عوامل الاثارة في الأعمال الفنية



والعناوين، والمؤثرات الصوتية، والمؤثرات الموسيقية، وأغلفة الكتب، وغير ذلك من الوسائل لضمان الاستيلاء على انتباه الجماهير من البداية.

الثاني: تناقص الأثر الذى تحدثه تلك الوسائل نفسها. ومن الأهمية بمكان لكى نستولى على الانتباه ولكى تكسبه، أن تدرك أن جوهر الانتباه الكامل لا يقوم على المفاجأة التى هي مؤقتة، بل على شيء آخر هو «المشاركة» فنحن لا نستولى على الجمهور استيلاء تاما الا حين يكون «فاعلا» حين يقوم بدور ايجابي.

وقد يقتضى هذا الدور الايجابي تكملة صورة ما، فان صورة كاريكاتورية لسياسي ما قد تنعش خيال القارىء اذا رسمنا له خطوط صدغه فحسب، ولا شيء غير ذلك، وعلى الجمهور أن يقوم بتقديم الباقى.

وقد يتطلب هذا الدور حل الألغاز. فان عنوانا أو جملة افتتاحية قد تثير سؤالا استفزازيا: ما الذى سبب تَحَوُّل الكرملين؟ من هو رجل واشنطن الحقيقي؟[٣].

ولابد أن يكون قد ظهر الآن بوضوح أن دراسة التركيب الفنى للرسالة تنطوى على تحليل للفن. فلابد لنا من تفكيك العمل الفني ككل لكى نميز عناصره. وعند هذه النقطة بعينها قد يرتفع صوت بالاحتجاج، قائلا أن هذه الطريقة باطلة تماما في حالة الفن. فالعمل الفنى وحْدَة، وهو لا يمكن أن يفهم نظريا أو يتذوق الا على هذا الأساس. ونحن حين نستمتع بعمل ما، لا نكون واعين «بالصورة» و«المادة» والتعبير بوصفها كيانات مستقلة. ففى تفتيت العمل الى هذه الأجزاء قضاء على معناه وقيمته[٤].

فكيف يمكن الرد على هذا الاتهام؟ اننا بالفعل نقوم «بتحليل» للعمل حين نحكم على قيمته، كما يقول ستولنتيز، فنحن نتحدث عن ايقاعه أو لونه. بل أن من الواجب أن نفعل ذلك، فالعمل الفنى شديد التعقيد (وهذا ما يثبته تحليل بناء الرسالة الاعلامية). فاذا ما شئنا أن نتحدث عنه على أى نحو، فلابد لنا من أن نحلل تعقده الى أجزائه المكونة له. وليس في استطاعتنا أن نتحدث الا عن شيء واحد في المرة الواحدة. فالتحليل اذن محتوم، والا كان علينا ألا نعرف أى شيء عن العمل أو نزيد من مقدار تذوقنا[٥] أو استقبالنا له.

غير أن التحليل يمكن أن يكون مضللا الى حد خطير، كما يقول أحد النقاد، اذا ما أسأنا استخدامه. ونحن نسيء استخدامه عندما نرتكب مغالطة التجريد الباطن.

ويعنى بها «ستولنتيز» تجريد عنصر واحد من موضوع كلى عينى، ثم الاعتقاد بأن هذا العنصر سيكون له عندما يعزل على هذا النحو، نفس الخصائص التى كانت له عندما كان جزءا من

الموضوع. فلماذا يعد هذا الاعتقاد باطلا؟ لأنه حين يكون العنصر جزءا من الموضوع تكون له علاقات بالعناصر الأخرى للموضوع، وهذه العلاقات تؤثر فيه وتحدث اختلافا في طبيعته، فلو بحثت الحاجات الاقتصادية وحدها لإنسان ما أى قمت بالتجريد المشهور الذى يعرف باسم «الانسان الاقتصادى» فسوف تقرر كيف ينفق هذا الشخص نقوده على موضوعات معينة. ولكن عندما نبحث في الانسان الفعلى، الذى تربطه ببقية الناس والجماعات علاقات شخصية وسياسية وعاطفية، فسوف تدرك مدى ابتعاد استنتاجاتك عن الصواب، اذ أن سلوكه الاقتصادى يتأثر بكل هذه العوامل (وهذا بعينه هو السبب في اختلال ميزانيات كثير من الأفراد والأسر)[٦].

بل انه من التجريد الباطل «أن يفهم من معالجتنا للرسالة الاعلامية أنها أهم شيء في العملية الاتصالية، كما يذهب الى ذلك التقليديون، ذلك أن الرمز نفسه جزء من الموقف الاتصالى العام بابعاده النفسية والاجتماعية والثقافية. ولقد أنفق العلماء جهودا مضنية، ووقتا طويلا، في بحوث الرسالة نفسها من حيث كتابتها وتحريرها، وفنون صياغتها حتى إنه ليخيل للمرء أن زاوية الرسالة هي الزاوية الوحيدة التى شغلت الباحثين، دون الزوايا الأخرى، غير أن المواقف الاتصالية أشمل من ذلك وأعم، فهي مواقف سلوكية تقدم فرصا مضطردة ومتزايدة للمشاركة في الخبرة، وتحقيق الأهداف، وكسب المعرفة والفهم، وافتراض الفروض بشكل عام، للسيطرة على البيئة من خلال استخدام الرموز[٧].

والواقع أن عملية الاعلام تجرى في سلسلة ذات حلقات متماسكة، ويؤدى ضعف أى حلقة فيها الى ضعف السلسلة كلها. ذلك أن عملية الاعلام تتضمن عددا من العناصر والمواقف المحيطة بها. فهناك خمسة عناصر أساسية في عملية الاعلام وهى:[٨]

١ ـ المصدر المباشر، أو المرسل.

٢ ـ صياغة الفكرة في رموز معينة.

٣ ـ فك هذه الرموز وفهمها.

٤ ـ استجابة المستقْبل.

٥ ـ الردود أو الأصداء الراجعة من المستقبل الى المرسل، الذى يستطيع عن طريقها أن يكيف عملية الاتصال ويعد لها، كما يفعل «الترموستات» لضبط درجات الحرارة وجعلها متمشية دائمة مع الدرجة المطلوبة.

فالمرسل والمستقبل والرسالة ووسيلة الاتصال حلقات متصلة وكاملة، ومن واجب المرسل أن يعرف أقصى ما يمكن أن يعرفه من جماهير المستقبلين، وذلك عن طريق قياس اتجاهاتهم النفسية، واجراء اختبارات تجريبية مسبقة على رسائله التى ينوى اذاعتها على الناس، فلا يمكن مثلا لصحيفة جديدة أن تغامر بالاندفاع الى إنفاق بضعة ملايين من الجنيهات دون دراسة علمية لاتجاهات الجماهير وميول القراء ورغباتهم. فليس هناك ما يجبر القارىء على شراء جريدة معينة أو المستمع على الاستماع الى اذاعة دون غيرها، أو المشاهد على مشاهدة برنامج تليفزيوني معين. فالمستقبل حر في

اختيار ما يشاء من الرسائل المتاحة له[٩]، وان كان «فرانك لوثرموت»[١٠]، قد توصل الى قاعدة تقول ان الاختيار متوقف على العلاقة بين الفائدة التى ينتظرها المستقبل من جهة، والجهد الذى يبذله من جهة أخرى ويعبر عن ذلك على النحو التالى:

الاختيار = الفائدة المرجوة من الرسالة + الجهد المبذول في الحصول عليها.

فالقارىء يفضل الاطلاع على الصحيفة المتيسرة له عن الذهاب الى مكان بعيد لشراء صحيفة أخرى، ولكنه يفضل أيضا الصحيفة التى تحافظ على سلامة اللغة على غيرها، وكذلك المستمع الى الاذاعة والتليفزيون، ذلك أن المستقبل هنا على استعداد لبذل جهود مضاعفة لكى يستمع الى برنامج معين أو الى اخبار ذات دلالة خطيرة.

و«التجريد الباطل» في الفن والاتصال بالجماهير هو محاولة فهم عنصر معين في العمل الفنى أو الرسالة الاعلامية، كالشكل أو التعبير، وكأن له وجودا بمعزل عن العمل أو الرسالة. ويترتب على ذلك الاعتقاد خطأ مفاده بأن طبيعة العنصر وقيمته يمكن أن تعرف معرفة كاملة بمعزل عن بقية العمل، ثم ينبنى على ذلك خطأ آخر هو أن نعتقد بعد حساب قيمة كل عنصر من العناصر، بأن قيمة العمل أو الرسالة لا تعدو أن تكون كل هذه القيم الجزئية، والأمر في ذلك أشبه بحالة أنصار علم النفس التجريبي الذين ظنوا أنهم لو استطاعوا تحديد القيمة الجمالية لكل لون في اللوحة، لكان من السهل بعد ذلك تحديد قيمة اللوحة بأكملها[١١].

**** الاعلام اللغوي يدرس اللغة في ضوء فكرة الاتصال.**

وفي كثير من الأحيان تصبح الرسالة الاعلامية حروفا ميتة على الورق، أو أصواتا لا معنى لها، عندما ينعدم الفهم، وتكون الرموز غير مفهومة للمستقبل. ولا ينطبق ذلك على اللغات الأجنبية، والخبرات المختلفة، والمستويات المتباينة فحسب، بل أن ذلك يحدث أحيانا عند استخدام لغة مشتركة دون التزام باطار دلالى موحد.

ومن هنا كان على «الاعلام» أن يفيد من «المنطق» من حيث عنايته باللغة من ناحية أنها تعبير عن الفكر، وأن يكون هذا التعبير دقيقا محكما حتى لا يؤدي ذلك الى لبس وخطأ في التفكير مصدره عدم الدقة أو الخلط في التعبير. فعليه اذن أن يحلل معانى الألفاظ اللغوية والتراكيب، وأن ينتهى من هذا التحليل الى وضع القواعد الواجبة الاتباع في التعبير، حتى يكون الفكر صحيحا في شكله. وفي موضوعه، وهنا وجد المنطق أمامه علما من علوم اللغة يعنى بهذه الناحية، ألا وهو النحو. فكان لا مناص اذن من تحديد الصلة بين كليهما، خصوصا

وأن الأمر قد يشتبه فيصبح موضوع العلمين واحدا من حيث أن النحو يبحث في اللغة المعبرة عن الفكر، والمنطق يبحث في الفكر المعبر عنه باللغة حتى قيل أن النحو منطق لغوى، وأن المنطق نحو عقلى (التوحيدى: «المقايسات»، ص ١٦٩). فأثارت مسألة تحديد تلك الصلة مشكلة خطيرة سواء في ميدان المنطق وفي ميدان النحو[١٢] أو في ميدان الاعلام حديثا.

واللحظات المؤلفة للاتصال هي: ما يتكلم عنه القول، والمقول. من حيث هو مقول، والتبليغ والتجلى. وهذه اللحظات ليست مجرد خصائص يكشف عنها تجريبيا في اللغة، بل هى خصائص وجودية مغروسة في التركيب الانطولوجى للآتية، وابتداء منها وحدها تصبح اللغة ممكنة من حيث الانطولوجيا والمحاولات التى بذلت من أجل ادراك حقيقة اللغة اتجهت الى هذه اللحظة أو تلك من هذه اللحظات، وهكذا فُهمت اللغة على ضوء فكرة: «التعبير» أو «الشكل الرمزي»، أو «التبليغ المفصح»، أو «تجلى الحياة التى عيشت»، أو «بنية الحياة»[١٣].

وعلى ذلك، يمكن القول أن علم الاعلام اللغوى هو العلم الذى يدرس اللغة في ضوء فكرة «الاتصال» وان كان لا يغفل الأفكار الأخرى، فهو يفيد منها في دراسة ظاهرة الاتصال الاعلامى، ومكان اللغة فيها، وسماتها المؤثرة في تحقيق الاتصال الفعَّال بالجماهير.

وعلى ذلك، فان النحو في نظرية الاعلام يرتبط بعنصر «الرسالة» ارتباطا مباشرا من حيث قيامه بوظيفة تعبيرية عن الفكر، وهو من هذا الموضع يكون قاسما مشتركا بين عناصر الاعلام الأخرى كالمرسل والمستقبل. حيث يعاون النحو في التعبير عن الفكر، ولذلك يغلب على الظن أن نشأة المنطق - الذى ولد الاتصال في أحضانه ممثلا في الخطابة مرتبطة بالنحو. فقد بدأت البذور الأولى للمنطق عند اليونان في أبحاث السفسطائية الخاصة باللغة والخطابة والنحو بوجه أخص[١٤]. ولم يكن ايمانهم بقوة الكلام الا ايمانهم بقوة الفكر، ففن الاقناع هو بعينه فن التفكير، أى أن السوفسطائية قد بحثت في اللغة فأداها هذا البحث الى المنطق[١٥].

وأرسطو قد وصل الى كثير من التصنيفات المنطقية بواسطة دراسته للغة ونحوها. فهو يرى أن الكلام يعبر بدقة عن أحوال النفس أو الفكر. وفي وسع المرء أن يستعين بالصور اللغوية لكى يكشف عن أحوال الفكر. فاللغة تنظر الى الألفاظ من

**** العملية الاعلامية تجري في سلسلة ذات حلقات متماسكة، ومنها: المرسل، والمستقبل، والرسالة، ووسيلة الاتصال.**



ناحيتين: من ناحية وجودها مفردة فنقسمها الى أسماء وأفعال وحروف... الخ. ومن ناحية أخرى ارتباطها على هيئة جملة، وكذلك الحال في الفكر نقسمه الى الأفكار المفردة وهى التصورات، والأفكار المرتبطة وهى القضايا أو التصديقات[١٦]، ثم تزداد الصلة توثقا فيما بين المنطق والنحو لدى الرواقيين. فبعد أن كان المنطق مرتبطا عند أرسطو أشد الارتباط بما بعد الطبيعة، انفصل عنها كما تتوثق صلته بالنحو، فقد قسموا المنطق الى الخطابة التى هى نظرية القول المتصل، والى الديالكتيك، وموضوعه القول المنقسم بين السائل والمجيب. أما الخطابة فلا تكاد ترتبط بالفلسفة عندهم. أما الديالكتيك فيعرفونه بأنه فن الكلام الجيد. ولما كان الفكر والتعبير وثيقى الارتباط، انقسم الديالكتيك الى قسمين: قسم يدرس التعبير، وقسم يدرس ما يعبر عنه، أى الى اللفظ والفكر[١٧].

واستمرت الصلة تقوى عند الشراح الأرسطاليين في العصور التالية حتى أتت العصور الوسطى في الشرق وفي الغرب. أما في الشرق، أى في الاسلام بوجه أخص، فقد أخذت المشكلة شكلا عنيفا على صورة خصومة بين النحويين الخلص وبين المناطقة، ويذهب الدكتور بدوى[١٨]، الى أن العناية بالبحث في الصلة بين المنطق وبين النحو العربى قد ظهرت واضحة كل الوضوح في القرن الثالث، واتخذت صور خصومة عنيفة في القرن الرابع، حين نفذت العلوم الفلسفية الى كل الأوساط[١٩].

وقد كان العربى يعرب لغته بالسليقة والفطرة العربية الصادقة، فلما انتشرت الفتوحات الاسلامية، وامتزج العرب بغيرهم من الأمم والشعوب أخذت السليقة العربية تفسد في الألسنة، وأحتيج مع ذلك الى وضع قواعد تعصم الألسنة من الخطأ، وتقيهم شر اللحن، منعا لعادية اللحن في القرآن الكريم، وعودا بالألسنة الى طبيعتها السليمة.

ووضع مسائل النحو الأولى الامام على بن أبى طالب (٣١هـ). وأبو الأسود الدؤلى (٦٩هـ) في روايات كثيرة معروفة لا داعى لذكرها في هذا المقام، وأرجح الآراء أن أبا الأسود هو واضع علم النحو العربي بقواعده الأساسية المعروفة، يقول ابن سلام في كتابه طبقات الشعراء: أول من استن العربية، وفتح بابها، وأنهج سبيلها، ووضع قياسها، أبو الأسود.. ويقول ابن قتيبة في «المعارف» أول من وضع العربية أبو الأسود. ويقول ابن حجر في الإصابة ذلك أيضا. واشتغلت بالنحو العربي مدرستان كبيرتان، هما مدرسة البصرة ومدرسة الكوفة.

والنحو في نظرية الاعلام يرتبط بتحرير الرسالة ارتباطا وثيقا، من حيث المعاونة التى يقدمها المحرر لجمهور المتلقى مباشرة في القراءة والاستماع من خلال عملية نقل المعلومات والآراء والحقائق والوقائع. واذا كانت نظرية الاعلام تعنى بعنصر «التشويق في بنائها، تأسيسا على أن هذه النظرية نبعت في الأصل من دراسة مشكلات الاتصال الالكترونى والتلغرافي وهى لذلك نظرية رياضية ترتكز أساسا على دراسة قنوات الاتصال (وسائل

الاعلام)، من حيث الارسال والاستقبال. ولكنها مع ذلك تفيدنا كثيرا عندما ندرس مشكلة الصلة بين الاعلام واللغة بوجه عام والنحو بوجه خاص.

فعندما نرسل رسالة ما بموجات صوتية أو اشعاعات كهرومغناطيسية، فان هذه الرسالة تمر بمراحل معقدة من المصدر والمرسل والوسيلة الى المستقبل والهدف.

وفي التحرير الاعلامى تحتاج جودة التأليف وحسن النظم الى قدر كبير من «الدّربة والمرانة والممارسة والمعاناة الفعلية»، بالاضافة الى الالمام بقوانين التأليف الجيد وقواعد النظم السليم عند القدامى - ولازال ما عندهم صالحا للتطبيق اليوم - أن تأليف الكلام يحتاج الى مراعاة ثلاثة أشياء متصلة غير منفصلة:[٢٠]

أولها: يتعلق باختيار الألفاظ المفردة.

ثانيها: يختص بنظم الكلام.

أما الثالث: فهو مراعاة الغرض المقصود من الكلام، أو ما يشار اليه أحيانا «وجوب مطابقة الكلام لمقتضى الحال»[٢١].

والتحرير الاعلامى يعنى بدراسة تأليف الكلام في الرسالة الاعلامية، أو النظم أو ما يسميه بعضهم بالضم.

والنظم - كما يقول الدكتور كمال بشر - [٢٢] «هو أن تختار الألفاظ المناسبة، ثم تعمد اليها فترتبها في التركيب ترتيبا مخصوصا وتؤلف فيما بينها تأليفا ترتضيه قواعد اللغة، بحيث يخرج التركيب كلا متكاملا منسق الأجزاء مرتبط الوحدات الداخلية، خاليا من النشاز والشذوذ. وليس يأتى هذا التناسق ولا يكون هذا الارتباط الا بمراعاة قواعد النحو وأحكامه فيما يتعلق بالموقعية وترتيب الكلمات في التركيب».

وفي مقدمة «دلائل الاعجاز» يعرف عبد القاهر النظم بأنه «تعلق الكلم بعضها ببعض، وجعل بعضها بسبب من بعض، ويجعل وجوه التعلق ثلاثة: تعلق اسم باسم وتعلق اسم بفعل، وتعلق حرف بهما، ويشرح وجوه التعلق شرحا وافيا[٢٣].

ويؤكد أن نظم الكلام يقتفى فيه آثار المعانى وترتيبها حسب ترتب المعانى في النفس: وليس النظم في مجمل الأمر عنده إلا أن تضع كلامك الوضع الذى يقتضيه علم النحو، وتعمل على قوانينه وأصوله، وتعرف مناهجه فلا تزيغ عنها، فمداره على معانى النحو، وعلى الوجوه والفروق التى من شأنها أن تكون فيه، وليس هو إلا توخى معانى النحو في معانى الكلم، فلا معنى للنظم غير توخى معانى النحو وأحكامه فيما بين الكلم، أو فيما بين معانى الكلم بتعبير آخر والفكر لا يتعلق بمعانى الكلم المفردة مجردة عن معانى النحو أو منطوقا بها على وجه لا يتأتى معه تقدير معانى النحو وتوخيها فيها.

ويشير عبد القاهر الى أنه من الضرورى في معرفة الفصاحة أن تضع اليد على الخصائص التى تعرض في نظم الكلام، وأن الألفاظ لا تتفاضل من حيث هى ألفاظ مجردة ولا من حيث هى كلم مفردة، وانما تثبت لها الفضيلة وخلافها في ملاءمة معنى



اللفظة لمعنى التى تليها أو ما أشبه ذلك، مما لا تعلق له بصريح اللفظ.

ويأخذ في تفصيل أمر المزية، وبيان الجهات التى منها تعرض فيتحدث عن وجوه النظم في التقديم والتأخير، والذكر والحذف، والتعريف والتنكير، والوصل والفصل، والقصر، ويفيض في ذكر ضروب تأكيد الخبر، ويعرض التشبيه والتمثيل والكناية والمجاز والاستعارة، مقررا أن المزية فيها ليست فقط في اختيار أنفس المعانى التى يقصد المتكلم اليها، ولكنها في طريقة اثباته لها، وتقريره اياها، واذا عرض للاستعارة في بيت ابن المعتز المشهور:

سالت عليه شعاب الحى حين دعا
أنصاره بوجوه كالدنانير

أكد أن الاستعارة هنا، على لطفها وغرابتها، انما تم لها الحسن بما توخى في وضع الكلام من التقديم والتأخير، وتجدها وقد ملحت ولطفت بمعاونة ذلك ومؤازرته لها، وكذلك يفصل الكلام على مدخل النظم في بلاغة الاستعارة في قوله تعالى: {واشتعل الرأس شيبا}، وقوله: {وفجرنا الأرض عيونا} ويتحدث عن التشبيه في مثل: زيد كالأسد، وكأن زيدا الأسد، وأن في المثال الثاني زيادة في معنى التشبيه ليست في الأول، وهذه الزيادة لم تكن الا بما توخى في نظم اللفظ وترتيبه، حيث قدم الكاف الى صدر الكلام، وركبت مع «أن» كما يتحدث عن ضروب المجاز العقلى أو المجاز في الاسناد، وعن المجاز بالحذف، بل إنه ليقرر أن الاستعارة والكناية والتمثيل وسائر ضروب المجاز من مقتضيات النظم، وعنها يحدث، وبها يكون، لأنه لا يتصور أن يدخل شيء منها في الكلم، وهى أفراد، فاذا قلنا في لفظ «اشتعل» من قوله تعالي: {واشتعل الرأس شيبا} أنها في أعلى المرتبة من الفصاحة لم توجد تلك الفصاحة لها وحدها، ولكن موصولا بها الرأس معرفا بالألف واللام، ومقرونا اليهما الشيب منكرا منصوبا، فليست الفصاحة صفة للفظ «اشتعل» وحده.

ويقرر عبد القاهر في «دلائل الاعجاز» أن المزية للكلام انما هي في نظمه باعتبار ملاءمة معنى اللفظة التى تليها، وليس الفضل والمزية في الكلام أن تنظر في مجرد معناه، فالفصاحة والبلاغة عبارة عن خصائص ووجوه تكون معانى الكلام عليها، وزيادات تحدث في أصول المعانى، كالذى أريتك فيما بين «زيد كالأسد» وكأن زيدا الأسد، ولا نصيب للألفاظ من حيث هى ألفاظ فيها بوجه من الوجوه، فليس للفظ من حيث هو لفظ حسن ومزية، اذ المزية ليست بمجرد اللفظ، وانما تقع في اللفظ مرتبا على المعانى المرتبة في النفس ويجعل عبد

**** النحو في نظرية الاعلام يرتبط بتحرير الرسالة ارتباطاً وثيقاً.**

**** النحو منطق لغوي، والمنطق نحو عقلي.**

**** التحرير الاعلامي يعني بدراسة تأليف الكلام في الرسالة الاعلامية.**

القاهر كذلك ذروة المزية والبلاغة وهي الاعجاز القرآني، في النظم وحده، لا في شيء آخر.

وإذا كان عبد القاهر لا يخرج بالنظم عن معاني النحو، وكانت فكرة النظم عنده تقوم على معرفة هذا النحو وما ينشأ عن الكلمات حين تتغير مواضعها من المعاني المتجددة المختلفة، فان الجديد عند عبد القاهر أيضا هو أنه استخدم معاني النحو وأحكامه استخداما جديدا بيانيا نقديا محضا، والا لكان في النحو غنى عن كل ما قرره عبد القاهر الجرجاني والبلاغيون من أحكام بيانية بلاغية، وذلك ما يرده عبد القاهر ويؤكد نفيه له في كتابه، كما يقرر في كل فصل من فصول «الدلائل» أن لا سبيل الى معرفة الاعجاز الا النظر في الكتاب الذي وضعناه، واستقصاء التأمل لما أودعناه، وأنه «الطريق الى البيان والكشف عن الحجة والبرهان، وأن لا معنى لبقاء المعجزة بالقرآن الكريم الا الوصف الذي كان له معجزا، والطريق الى العلم به موجود أي ممكن»، ويكرر في الكتاب أنه يقرر أمورا صعبة على الفهم، وغير ذلك مما جعل عبد القاهر يشحذ ذهنه في تقريرها. وذهن القارئ والسامع في تقبلها لوجه الجدة فيها، وأنه المبتكر لها.

ولقد اعتمد عبد القاهر على الذوق الأدبي الخالص اعتمادا كليا في كل ما قرر من أحكام مؤكدا أنه لا يصادف القول في هذا الباب موقعا من السامع، ولا يجد لديه قبولا، حتى يكون من أهل الذوق والمعرفة، وحتى يكون ممن تحدثه نفسه بأن ما يومئ اليه من الحسن واللطف أصلا وحتى يختلف الحال عليه عند تأمل الكلام، فيجد الأريحية تارة، ويعرى منها تارة أخرى، وحتى اذا عجبته تعجب، واذا نبهته لموضع المزية انتبه.

وقد أثرى عبد القاهر البلاغة العربية والبيان العربي اثراء جليلا، بما كتب في نقد الأساليب وتحليلها، واستنباط الفروق والخصائص فيما بينها، ربما عرض له من أحكام نقدية دقيقة، على الأساليب وضروب النثر والشعر.

أنه ليس لنظرية عبد القاهر في النظم من القيمة ما لتطبيقاته، فهناك يظهر ذوقه العربي السليم، ذلك الذوق الذي لا يمكن أن يغني في الأدب عنه شيء ونظرية عبد القاهر في رمزية اللغة وفي التحليل اللغوي، ورد المعاني الى النظم ومنهجه في نقد النصوص نقدا موضعيا، ما هي الا مراحل تنتهي به الى الذوق الذي يدرك الدقائق ويحس بالفروق، ووجوه الكلام وأسراره، واحساس عبد القاهر الأدبي السليم سابق دائما لعقله، والحكم على النظم عنده هو النظر في المعنى منظوما والذوق هو الفيصل الأخير في الحكم على هذه الدقائق.

والى هذا فطن عبد القاهر بحسه الأدبي الصادق، فالذوق عنده يتحكم في نظم المعاني التي

نعبر عنها.. وتسوق فكرة النظم عند عبد القاهر الى تخطى الإعراب والجملة البسيطة الى الجملة المركبة، التى عنى بها في دلائل الاعجاز وفي أسرار البلاغة كذلك - في مبحث التشبيه عناية فائقة، ونقدها نقدا بيانيا أدبيا.

إن الأدب عند عبد القاهر فن لغوى، فاخضاع الفكرة أو الاحساس للفظ هو ما يميز الأدب عن غيره من الفنون، وهذه النظرية الصحيحة هى موضع اعتزازنا بتفكير عبد القاهر[٢٤]، الذى يبدأ بنظرية فلسفية في اللغة، ثم ينتهى الى فن الذوق الشخصى الذى هو مرجعنا الأخير في دراسة الأدب، وما النقد الا وضع مستمر للمشكلات البيانية، فلكل جملة أوبيت مشكلته التى يجب أن نعرف كيف نراها ونصفها ونحكم فيها، وهذا هو النقد الموضوعى كما رآه الجرجانى.

لقد اهتدى عبد القاهر الى كل تلك الحقائق، التى اذا كان لها في تفكير اليونان القدماء ما يماشيها، وفي علم اللسان الحديث ما يؤيدها، فان الفضل الأكبر في الوقوع عليها يرجع الى مواهب عبد القاهر الفطرية المبتكرة الخصبة.

وبعد، فهذه هى النظرية، التى يرجع الى عبد القاهر الجرجانى فضل ابتكارها والكشف عنها، والتى تعد طليعة كاملة لعلم البلاغة العربية، كما جمع شتاته السكاكى (٦٣٦هـ) من كلام عبد القاهر في كتابيه الخالدين، دلائل الاعجاز وأسرار البلاغة[٢٥].

وتأسيسا على هذا الفهم يتضح مفهوم النحو على نطاق أشمل كما يتضح مكانه في نظرية الاعلام من حيث أداء الكلمات لوظائف نحوية في مواقع مختلفة في التركيب أو تأليف الكلام. وقد جاء في «الخصائص» حال الوصل أعلى رتبة من حال الوقف، وذلك أن الكلام انما وضع للفائدة، والفائدة لا تجنى من الكلمة الواحدة وانما تجنى من الجمل ومدارج القول[٢٦].

الهوامش :

(١، ٢، ٣) أريك بارنو (ترجمة صلاح عز الدين وآخرين) الاتصال بالجماهير ص ١٣٨.

(٤، ٥، ٦، ١١) جيروم استيلونتيز (ترجمة دكتور فؤاد زكريا): النقد الفني ص ١١٣ - ١١٤، ٣٢٣.

(٧، ٨، ٩، ١٠) دكتور ابراهيم امام: الاعلام والاتصال بالجماهير: ص ١٣٥ - ٠٧٦.

(١٢، ١٣، ١٤، ١٥، ١٦، ١٧، ١٨، ١٩) دكتور عبد الرحمن بدوى: اللغة والمنطق: عالم الفكر: ١٤ - ١٩٧١: ص ٦٥، ٧٨، ٣٣، ٣٥.

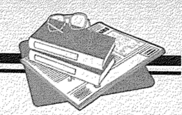
(٢٠، ٢١، ٢٢) دكتور كمال بشر: الأداء اللغوى في الفن الاذاعى: ع ٤٠ م١٢.

(٢٣) د/ محمد عبد المنعم خفاجي: مقدمة تحقيق أسرار البلاغة.

(٢٤) ياسر خليل: منطق اللغة، د/ خفاجي: السابق: ص ٨٥.

(٢٥) تحقيق: د/ خفاجي.

(٢٦) الخصائص: جـ٢ ص ٣٣١.



الإعلام .. والمجتمع

في العصر الحديث، تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في نشر المعلومات والأفكار، وتشكيل الآراء والأذواق. ومنذ بداية الصحافة في بداية القرن السابع عشر، مروراً باختراع السينما والراديو، ثم التلفزيون والأقمار الصناعية، الى عصر الانترنت والعولمة، حاول الباحثون دراسة وتحري دور وسائل الإعلام في المجتمع. ومن المعتاد، تقسيم بحوث الإعلام الى خمسة أجزاء هامة هي: بحوث المؤسسات الإعلامية، والرسالة، والوسيلة، والجمهور، والأثر. وفيما يلي عرض لهذه الأنواع الخمسة من البحوث، وأهم ما توصلت إليه من نتائج[١].

أولا : بحوث المؤسسات الإعلامية:

النوع الأول من بحوث الإعلام هو بحوث المؤسسات الإعلامية، وهو يتعلق بالمؤسسات الإعلامية من حيث كونها المصدر الأساسي للمعلومات والأخبار والترفيه والإعلانات التجارية والدعاية السياسية، وما شابه ذلك. وفي مثل هذه الدراسات، يقوم الباحثون بالتحري عن المؤسسة الإعلامية، وتكوينها وهيكلها التنظيمي، وطريقة تمويلها، واتجاهها الفكري والسياسي. كل هذه الأمور سيكون لها، في النهاية، تأثير على نوعية المعلومات والبرامج التى تنشرها هذه المؤسسات وبالتالي سيكون لها تأثير ايضاً على اهتمام الجمهور بها، واستفادتهم منها، وأثرها الإيجابي أو السلبي عليهم[٢].

بقلم : د. خالد الحلوة

كلية الآداب - قسم الإعلام - جامعة الملك سعود - الرياض

بشكل عام، هناك ثلاثة أنواع من المؤسسات الإعلامية، خاصة في مجال الإرسال الإذاعي والتلفزيوني.

النوع الأول: حكومي، تملكه الدولة وتشرف عليه مباشرة، وهو النمط السائد في الدول النامية، وتكون سياسته تنموية، بمعنى أن معظم برامجه موجهة لغرض خدمة التنمية وتوعية المواطنين وتعزيز ثقافتهم وهويتهم الوطنية.

النوع الثاني: تجاري، تملكه شركات، هدفها الأساسي الربح، ولذلك تكون معظم برامجه ترفيهية

خفيفة، بغرض جذب أكبر عدد من الجمهور، وبالتالي الكسب من الإعلانات التى يطرحها المعلن خلال البرامج.

النوع الثالث: فهو أهلي، غير ربحي، ويسمى ايضاً عمومي، وهو إعلام مستقل عن الدولة، ولا يسعى للربح، ويكون تمويله قائماً على التبرعات من المواطنين، والجمعيات الأهلية، وما شابه ذلك، ويكون هدفه خدمة الجمهور بمعزل عن الضغوط التجارية، من ناحية، وبعيداً عن الضغوطات السياسية للدولة والأحزاب الحاكمة، من ناحية أخرى.

ومن أمثلة الإعلام العمومي (خدمة الإرسال العام) الأمريكية، وهي شبكة من المحطات الإذاعية والتلفزيونية، لا تشرف عليها الحكومة مباشرة، ولا تقوم على الربح المادي، ودخلها يأتي من التبرعات من المواطنين والهبات المالية من الأثرياء. ومعظم برامجها ذات طابع تعليمي وتثقيفي، ومن أشهر برامجها، على سبيل المثال، (شارع السمسم)، برنامج الأطفال الشهير. والمثال الآخر على الإعلام العمومي هو (هيئة الإرسال البريطانية)، وهي هيئة مستقلة، يقوم دخلها على الضرائب المباشرة من ا لمواطنين البريطانيين الذين يملكون أجهزة استقبال إذاعية وتلفزيونية، وبرامجها ايضاً تعليمية وتثقيفية، وهي في الواقع أكبر مصدر للبرامج التعليمية

** المؤسسات الاعلامية يتركز دورها في اختيار وصياغة الرسالة الاعلامية.

والوثائقية في العالم. لكن يجب التذكير هنا أن مسألة الإستقلال نسبية، فكلا الشبكتين العموميتين، الأمريكية والبريطانية، لا تخرجان عن سياسات وتوجهات دولتيهما، خاصة في مجال المصلحة القومية والعلاقات الخارجية.

من ناحية أخرى لا يمنع هذا التقسيم الثلاثي (حكومي، وتجاري، وعمومي) أن يكون هناك مؤسسات إعلامية تمزج بين أنواع مختلفة من الأهداف. فمثلا، الإعلام الحكومي يلجأ أحياناً للإعلانات التجارية بغرض تحريك الإقتصاد المحلي، وكمصدر دعم مالي لمؤسساته. وبالمقابل، قد تكون هناك مؤسسات إعلامية تجارية تقدم عدداً كبيراً من برامج التثقيف والتوعية، إحساساً منها بمسئوليتها نحو المجتمع الذي تعمل فيه. كما أن الشبكات

**** الوظيفة الاعلامية تختلف في طبيعتها ما بين الاعلام (الحكومي - والتجاري - والعمومي).**

العمومية (غير الربحية)، مثل الشبكة العمومية الأمريكية، وهيئة الإرسال البريطانية، تقبل ببث الإعلانات التجارية المحدودة، لتحسين دخلها المالي.

ما هو دور المؤسسة الإعلامية؟

هذه المؤسسات الإعلامية المتنوعة الأهداف لها دور كبير في اختيار وتشكيل وعرض ما يشاهده ويسمعه ويقرأه الجمهور كل يوم في المجتمعات المختلفة. وتشير بحوث الإعلام الى أن دور المؤسسات الإعلامية يتركز فعلا في عملية اختيار وصياغة الرسالة الإعلامية. هذه الرسالة الإعلامية تكون، في النهاية، هي نافذة الجمهور على العالم. وهذه هي خطورة دور المؤسسات الإعلامية، فإن قدمت رسائل إعلامية صادقة ومتزنة وموضوعية، فإن الجمهور سيخرج بنظرة واقعية عن الأحداث في العالم من حوله، أما إذا كانت الرسائل منحازة أو مزيفة أو مضللة، فإن الجمهور سيخرج بنظرة مشوهة عن العالم. هذه الوظيفة التى تقوم بها المؤسسات الإعلامية تسمى بوظيفة (خلق الواقع الإجتماعي)، بمعنى أن الجمهور لا يعرف حقيقة الواقع الإجتماعي إلا من خلال ما تنشره وسائل الإعلام، وكثيراً ما يقبل الجمهور بهذا الواقع، على انه الواقع الحقيقي[٣].

هنا ايضاً، يكون دور المؤسسة الإعلامية هو بمثابة (حارس البوابة) الذي يختار المعلومات والبرامج التى يرى هو أنها تناسب الجمهور، فيسمح بتمرير معلومات معينة، ويرفض معلومات أخرى، وأحياناً يحذف أو يضيف بعض المعلومات، لكي تتناسب مع طبيعة جمهوره. ويقول الباحثون أن المؤسسة الإعلامية عندما تمارس هذا الدور، فهي تقوم بعملية (ترتيب الأولويات) لدى الجمهور، فالمعلومات المطروحة في الإعلام بكثرة والحاح تتخذ أهمية كبيرة في أذهان الجمهور، أما المواضيع التى يتجاهلها الإعلام أو يعطيها حجما ضئيلا، فتكون غير هامة في أذهان الجمهور. هذا يحدث على

افتراض أن الجمهور يقبل تماماً بما يعرض عليه بدون أي سؤال أو انتقاد، ولكن الواقع هو أن أفراد الجمهور يتفاوتون من حيث درجة الوعي والإطلاع، مما يمكن بعضهم من الخروج من تحديد الأولويات التى تطرحها المؤسسة الإعلامية[٤].

أما كيف تختار المؤسسة الإعلامية هذه الأولويات وتحددها مسبقاً لتعرضها على الجمهور، فهذا يعتمد على عوامل كثيرة ومتنوعة، منها ما يتعلق بثقافة وهوية المجتمع المحلي الذى تنطلق منه المؤسسة الإعلامية، ومنها ما يتعلق بالضغوط الإقتصادية على المؤسسة وسعيها لتحقيق الربح، إذا كانت مؤسسة تجارية، كما أنها تتعلق أيضا بالمهارات، والتوجهات، والقيم الخاصة بالعاملين في المؤسسة من كتاب، ورؤساء تحرير، ومصورين، ومنتجين، ومذيعين، وممثلين، وغيرهم. ومن هذه العوامل أيضاً ما يتعلق بنوع التكنولوجيا المتاحة لجمع، وإنتاج، وعرض البرامج بالطريقة المرغوبة. وفي النهاية تعتمد عملية عرض المواضيع على نوعية الجمهور المستهدف واحتياجاته في نظر القائمين على المؤسسة. كل هذه العوامل ستحدد في النهاية طبيعة الرسالة الإعلامية المعروضة على الجمهور.

بناء على ذلك يطرح الباحثون عدة تساؤلات هامة.

أولها: ما هي العلاقة بين المؤسسة الإعلامية والمجتمع الذي تعمل فيه؟ وما هي درجة الإستقلالية التى تتمتع بها المؤسسة الإعلامية في المجتمع؟ وهل هذه المؤسسة تتمتع بحرية طرح المواضيع المختلفة؟ أم أن حريتها محدودة؟ وما هي علاقة المؤسسة الإعلامية بالمؤسسات الأخرى في المجتمع، مثل المؤسسات التشريعية، والقضائية، والثقافية، وغيرها؟.

ثانيها: ما هي علاقة المؤسسة الإعلامية بالجمهور الذى تخاطبه؟ وما هي طبيعة نظرة هذه المؤسسة للجمهور؟ وفي هذا الخصوص، من المعتاد القول أن الإعلام الحكومي، بدوره الوطني التنموي، ينظر لجمهوره على أساس أنهم (مواطنون) بحاجة الى توعية، وتثقيف، وتحفيز على المساهمة في خطط التنمية. وهناك أمثلة عديدة على الاستخدام الناجح لمثل هذا المنهج في الإعلام التنموي، ولكن المشكلة كما يرى بعض النقاد، هي عندما يتحول هذا الأسلوب الى وصاية تامة على الجمهور.

أما الإعلام التجاري، فهو ينظر لجمهوره على أساس أنهم (مستهلكين)، مثل الزبائن في سوبرماركت، يأتون ليستهلكوا ما يشاؤون من الاختيارات المتاحة، لذلك يلجأ الإعلام التجاري لعرض البرامج الترفيهية التى تجذب أكبر عدد من (الزبائن)، وبذلك يزداد دخلها من الإعلانات.

وأخيراً، الإعلام العمومي يعامل جمهوره على أساس

أنهم (أفراد مستقلين) يبحثون عن الثقافة، والإطلاع ليتخذوا القرارات التى تساعدهم لتحقيق أهدافهم الشخصية، وخدمة مجتمعهم، لذلك تكون برامج الإعلام العمومي ثقافية ومتنوعة، وأحياناً تكون ذات طابع (نخبوي)، أي تستهدف الطبقة العليا من المثقفين.

وفي النهاية، فإن الباحثين في مجال المؤسسات الإعلامية يركزون دراساتهم على العاملين في المؤسسات الإعلامية عن طريق المقابلات والاستطلاعات والملاحظات المباشرة. بالإضافة الى ذلك، يستقي الباحثون معلوماتهم عن المؤسسات الإعلامية من خلال الوثائق التاريخية، والقرارات السياسية، والتشريعات القضائية التى تتعلق بعمل المؤسسات الإعلامية في مجتمع ما.

ثانيا: بحوث محتوى الإعلام (الرسالة الإعلامية):

منذ فترة طويلة اهتم الباحثون بتحليل الرسالة الإعلامية لمعرفة ما تحتويه من معلومات، ومحاولات لإقناع الجمهور، واستمالتهم لقضية معينة. ومن أقدم الدراسات الإعلامية في هذا المجال البحوث التى تتعلق بدور الصحافة في الدعاية، والتأثير على الرأي العام. ففي هذه الدراسات، يقوم الباحثون بتحليل محتوى الجرائد والمجلات لمعرفة طبيعة محتواها، الذي يشمل الأخبار، والتعليقات، وأعمدة الرأي، ومن ثم محاولة معرفة مدى الإنحياز لوجهة نظر معينة على حساب أخرى، والأسباب التى دعت لذلك.

لاحقاً، دخل الباحثون مجال تحليل محتوى الأفلام السينمائية والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، والقصص الشعبية والقصص المصورة للأطفال، بهدف رصد ما تحتويه من مواد قد تؤثر سلبياً على مواقف وسلوكيات الجمهور، وقد تؤدي الى الإنحراف أو الجريمة. وبناء عليه، قد يصدر قوانين وتشريعات تنظم وتحكم عمل الوسائل الإعلامية، وما تنشره من رسائل، خاصة منها ما يكون موجهاً للأطفال والمراهقين. مع ملاحظة أن بعض القرارات تتخذ بناء على دراسة المحتوى، ونوعية المواد المعروضة، بدون قياس علمي لحدوث الأثر السلبي أو الإيجابي على أرض الواقع، فكثيراً ما يكون هناك عدم تفريق بين المحتوى والأثر، ولم تأخذ دراسات الأثر شكلها الواضح إلا في وقت لاحق.

ومع انتشار وسائل الإعلام المختلفة، خاصة السينما والراديو والتلفزيون، في بداية القرن العشرين، نشأ لدى الباحثين الإجتماعيين والإعلاميين قلق حول القيم الإجتماعية والثقافية التى يتم عرضها ونشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة وأثر ذلك على المجتمع بصورة عامة. ومع تطور وسائل البحوث



الإعلامية، نشأ حقل مستقل هو (بحوث تحليل المضمون)، وهي، كما وصفها الباحث (بيرنارد بيرلسون) (طريقة علمية، منهجية وموضوعية، لوصف محتوى الإعلام)[٥]، وساعد على ظهور هذا الاتجاه العلمي تطور الأساليب التحليلية عن طريق الحاسب الآلي، مما يسهل التعامل مع كمية كبيرة من المعلومات، وعقد مقارنات متنوعة بين العوامل والمتغيرات المختلفة.

**** لكي يكون الاعلام ناجحاً يلزمه ملاحظة الاثر الناتج عن المحتوى.**

من ناحية أخرى، ظهرت دراسات لمحتوى الإعلام لا تعتمد على التحليل الكمي، بل تستند الى التحليل النوعي، وتهتم بتحليل ونقد المعنى غير المباشر، أو الباطن، في الرسائل الإعلامية، هذه الطرق التحليلية النوعية تستمد بعض مناهجها وأساليبها من الدراسات الإنسانية والتحليل اللغوي والأدبي، مثل السيميولوجي والبنيوية. وهناك الآن خلاف بين أصحاب المنهج الكمي وأصحاب المنهج النوعي في تحليل مضمون وسائل الإعلام، وهما يشكلان معسكرين متضادين، في أغلب الأحوال. ولكن هذا التنوع في المناهج، في الحقيقة، هو من عوامل إثراء الدراسات الإعلامية ودفعها للأمام. وبشكل عام، هناك خمسة تساؤلات كبرى في تحليل المضمون الإعلامي، كما حددها (دينس مكويل)[٦] وهي:

١ ـ هل محتوى الرسالة الإعلامية يعكس بصدق واقع المجتمع الذى تعمل فيه؟ وإذا كانت لا تقوم بذلك، فما هي نوعية الاختلاف؟ ولمصلحة من؟ ومن هو المستفيد من تحريف الواقع؟.

٢ ـ ما هي القيم التى تعكسها الرسالة الإعلامية وتعطيها الأولوية على حساب غيرها من القيم؟ وما هي القيم التى يتم تجاهلها أو تهميشها؟.

٣ ـ هل الرسائل والمضامين الإعلامية تلتزم بالمعايير المتعارف عليها، بصفتها عوامل جودة في الإعلام، مثل الموضوعية، والتعددية، والاستقلال، والتوازن، والدقة؟

٤ ـ هل هناك تحيّز؟ ولمصلحة من؟ وما هو سبب وجوده؟.

٥ ـ وبشكل أساسي، ما هو شكل النص الإعلامي وبناؤه، وما علاقة ذلك بالثقافة السائدة في

المجتمع؟ مثلا، ما علاقة شكل النص الإعلامي بأساليب التعبير التقليدية المتعارف عليها في المجتمع؟.

طرق تحليل المضمون :

وطرق تحليل المضمون الإعلامي متعددة ومتنوعة، وهي لا تزال في تطور مستمر، وكما يشير (دينس مكويل)، يمكن تصنيفها على خط مستمر[٧]. في أقصى جهة من هذا الخط، نجد أن المضمون الإعلامي مجزأ الى وحدات صغيرة تدل على معنى محدد، أو ترمز لحالة معينة، ويمكن تناولها بطريقة إحصائية، (رقمية، وكمية). مثل إحصاء عدد كلمات معينة (لها إيحاءات سياسية أو اجتماعية معينة) وردت في مجموعة من المقالات لكاتب معين، أو إحصاء عدد الجرائم والضحايا في مسلسل بوليسي أو فيلم سينمائي، أو إحصاء عدد الدقائق التى تستغرقها الفقرات الإخبارية في نشرة أخبار تلفزيونية، والحصول على مؤشر للأهمية لكل فقرة بناء على الوقت المتاح لكل موضوع.

**** محتوى الاعلام لا يعكس واقع المجتمع كما هو.**

وفي أقصى الجهة المقابلة من الخط، نجد الدراسات البنيوية التى تعامل مضمون الإعلام على أنه (نص مقروء) يحتمل العديد من التفسيرات، وينطوي على قدر كبير من الإيحاءات، ويحتاج في تحليله الى نقاد لهم اطلاع واسع بأساليب النقد والتحليل البنيوي. وهذا المنهج يقسم النصوص الإعلامية الى (أجناس) أو (أنواع)، كل جنس له مواصفاته وأنماطه المتكررة، مثل نمط برامج المسابقات، أو نشرات الأخبار، أو برامج الأطفال، أو أفلام الكرتون، أو الأغاني المصورة، وغير ذلك. ويبحث الدارس عن القيم المهيمنة والمسيطرة على كل نص، والتى قد لا تكون واضحة على السطح لأول وهلة، بمعنى أنه يبحث عن قيم فكرية، وسياسية، ودينية، وثقافية ينطوي عليها النص، وتكون غير صريحة، بل هي جزء من البناء الخفي للنص[٨].

بناء على هذا التعدد في الأساليب، نجد أن نتائج تحليل مضمون الإعلام ايضاً متعددة ومتباينة، تعكس في نفس الوقت اختلاف وتعدد النصوص الإعلامية نفسها وتنوعها. ولكن هناك اتفاق عام تقريباً بين الباحثين على أن محتوى الإعلام لا يعكس

واقع المجتمع كما هو، بل دائماً ما تكون الرسالة الإعلامية هي اختيار محدد لجانب معين، أي أن المضمون هو وجهة نظر (أو وجهات نظر متعددة) عن الواقع الإجتماعي. والذي يتحكم بوجهات النظر هو السياق الإجتماعي، والثقافي، والسياسي لوسائل الإعلام في مجتمع معين. ويتحكم به أيضاً ما يعتقد القائمون على وسائل الإعلام بأنه رغبة الجمهور واهتمامه، فإذا رأت محطة تلفزيونية معينة أن جمهورها يرغب بالأغاني المصورة، ويفضلها على البرامج الثقافية، فانها ستخصص وقتاً أطول للأغاني على حساب البرامج الثقافية، وهكذا.

ثالثا: بحوث الوسيلة الإعلامية :

هناك مجموعة من علماء الإعلام والاتصال يركزون اهتمامهم على نوعية الوسيلة الإعلامية المستخدمة في أي مجتمع وفي أي فترة تاريخية. ويقولون إن طبيعة الوسيلة تحدد بشكل كبير الأثر النهائي على المجتمع ككل، لأن كل وسيلة تخاطب حواس ذهنية وعاطفية مختلفة لدى الإنسان[٩].

فمثلا القراءة تؤدي الى طريقة تسلسلية متتابعة في التفكير، فالمادة المطبوعة تعرض الموضوع بتسلسل من سطر الى آخر ومن صفحة الى أخرى، بطريقة توحي بالسببية، أي أن ما جاء ذكره أولا تسبب في حدوث النتيجة التى بعده، ويقول الباحثون إن هذا يتطلب من القارىء التفكير العقلاني الهادىء. ولأن القراءة تتطلب وقتاً ومجهوداً، فإن مردودها مؤجل وبطيء نسبياً.

أما التلفزيون بالمقابل، فهو يعتمد على حواس أخرى، وقد يعرض صوراً وأفكاراً غير مرتبة منطقياً، بل إن بعض أنواع البرامج تكون عشوائية تماماً، مثل ما يحدث في الإغاني المصورة، بل وحتى نشرات الأخبار تعطي كماً كبيرا من الصور المذهلة في غضون دقائق معدودة، قد لا يتسنى للمشاهد استيعابها جميعاً فليس لديه الوقت الكافي لذلك. والتلفزيون يعطي مردوداً سريعاً ومباشراً من خلال الصورة والصوت معاً، ولذلك يكون أثره حسياً وعاطفياً، أكثر من أن يكون منطقياً وعقلانياً.

بناء على ذلك، يقول علماء دراسة الوسيلة، أن وسائل الإعلام تعلمنا (طريقة التفكير) هل ستكون حسية وعاطفية، أو منطقية وعقلانية. ومن أشهر علماء الوسائل عالم الاتصال الكندي (مارشل مكلوهان) الذى قال أن نوعية (الوسيلة) وتأثيرها على طريقة تفكير الناس في المجتمع، وعبر التاريخ، هى أهم من محتواها (أي أهم من الرسالة نفسها)، ولذلك قال عبارته المشهورة (الوسيلة هي الرسالة).

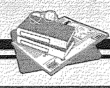
ومن أشهر مقولات (مكلوهان) أيضاً هو أن وسائل الإتصال الحديثة هي امتداد لحواس الإنسان. فالهاتف هو امتداد السمع، والتلفزيون هو

امتداد البصر، والسيارة والطائرة امتداد الأرجل (المشي)، كما أن اسلاك الكهرباء في المدن هي امتداد للشبكة العصبية داخل الإنسان. وتكون النتيجة أن حواس الإنسان أصبحت مضاعفة وقادرة على استيعاب ما لم يكن الإنسان القديم قادراً عليه، أو يحلم به. والإنسان الحديث يرى ويسمع حوادث تقع على بعد آلاف الأميال عنه وهو جالس في غرفته الخاصة، وبهذا فهو يعيش في (قرية عالمية)، كما سماها (مكلوهان)، وهو أول من ابتدع هذا المصطلح، الذي أصبح مصطلحاً شائعاً جداً هذه الأيام، والمرادف له مصطلح (العولمة)[١٠].

وعلماء دراسة الوسائل يؤكدون أن وسائل الإتصال المختلفة قد لعبت أدواراً حاسمة في تطور المجتمعات البشرية. فمثلا، صناعة الورق أدت الى انتشار الكتابة، ومن ثم ظهور البيروقراطية، وهذا أدى الى تنظيم الهيكل السياسي للدول والامبراطوريات القديمة وتماسكها عن طريق توحيد الأنظمة ونشر التعاميم والأوامر. أما اختراع الطباعة في أوروبا في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي، فقد شجع بشكل كبير على ظهور حركة التصحيح البروتستانتية، في صراعها مع الكنيسة الكاثوليكية الرومانية. وظهور الصحافة اليومية في مختلف البلدان الأوربية، باللغات المحلية، مثل الألمانية والإنجليزية والفرنسية وغيرها، أدى الى ظهور النزعة القومية لدى مواطني الشعوب الأوروبية المختلفة، وتشكيل هوياتهم الوطنية والثقافية. أما اختراع التليغراف في أمريكا، فقد ساعد بشكل رئيسي على ربط الولايات المتحدة الأمريكية المتباعدة الأطراف، وتوحيدها اقتصادياً وسياسياً.

واختراع التلفزيون يرتبط عادة لدى علماء دراسة الوسيلة، بانهيار الحواجز بين الفئات الاجتماعية ونقص الخصوصية، لأن التلفزيون بطبيعته يعرض التفاصيل الحميمة، من خلال الدراما والبرامج الأخرى، ويعرّي الكثير من القضايا، فيصاحب ذلك احساس بفقدان الخصوصية. وأخيراً، الانترنت بدأت بترسيخ مفهوم (القرية العالمية) كما تنبأ بها مكلوهان، ولا تزال آثار الانترنت غير معروفة تماماً حتى الآن، فعلماء الاتصال يقولون إننا في بداية ثورة الإنترنت. ولكن من الواضح أن الإنترنت تصاحبها الآن عدة ظواهر، من أهمها التعددية، وفقدان الخصوصية، ونقص في نفوذ مصادر الأخبار التقليدية الكبرى لصالح المصادر الصغرى والفردية، واتجاه نحو نشر الإشاعات والأخبار غير الموثوقة.

ويجمع الباحثون في هذا المجال على أن وسائل الإعلام الحديثة غيرت من التركيبة السياسية للمجتمعات الغربية، لأنها تخاطب الرأي العام مباشرة، متجاوزة الطرق التقليدية التنظيمية التى



كانت في السابق تعتمد على السلطة الدينية، وسلطة الأحزاب، وسلطة البرلمان. فمثلا من الملاحظ الآن في جميع الدول تقريباً أن رئس الدولة يخاطب الشعب مباشرة من خلال الراديو والتلفزيون، ويحاول اقناعهم بخططه وأهدافه، متجاوزاً بذلك سلطة البرلمان والسلطات الحزبية. وعلى سبيل المثال أيضاً في عام ١٩٩٢م، أثناء انتخابات الرئاسة الأمريكية، دخل شخص ثري جداً المسابقة الإنتخابية بمفرده، دون أي دعم من أي من الأحزاب التقليدية. هذا السياسي، الذي اسمه (روس بيرو) اعتمد على مخاطبة الرأي العام الأمريكي مباشرة من خلال المقابلات التلفزيونية، ومن خلال الدعايات الإنتخابية التى كان يدفع قيمتها بالملايين من ثروته الخاصة.

وأخيراً، فإن علماء دراسة الوسيلة يركزون معظم اهتمامهم على دور الوسيلة التاريخي في المجتمع، ولكنهم نادراً جداً ما يدعمون ذلك بدراسات على واقع الجمهور كأفراد مستقلين يمكن أن يكون لهم دور أو قدرة على التعامل مع الوسائل المختلفة. ولذلك، تبقى نظريات الوسيلة نظريات فلسفية تاريخية قابلة للجدل والتطوير المستمر.

رابعا: بحوث الجمهور:

بدأت دراسات الجمهور نتيجة للحاجة لدى وسائل الإعلام لمعرفة طبيعة وتكوين جمهورها،

**** السياق الاجتماعي والثقافي والسياسي لوسائل الاعلام يتحكم غالباً في مضمون الرسالة الاعلامية.**

وبالتالي التعامل معه والاستجابة لحاجاته، وكذلك الاستجابة لحاجة المعلنين لمعرفة خصائص الجمهور الذى قد يتعرض لإعلاناتهم. ففي بداية عصر الراديو في الولايات المتحدة الأمريكية، كانت هناك حاجة ملحة لدى شركات الإذاعة، وهي مؤسسات تجارية تسعى الى الربح، أن تعرف، بأكبر قدر من الدقة، عدد المستمعين وأعمارهم ومناطق استماعهم وأوقات استماعهم، وغير ذلك من المعلومات الحيوية التى تساعد على تطوير برامج المحطات من جهة، وإقناع المعلنين بجدوى إعلاناتهم في المحطات الإذاعية المختلفة، متى ما اثبتت هذه المحطات شعبيتها لدى جمهور معين يرغب المعلن في الوصول إليه[١١].

وتطورت هذه الاستطلاعات الأولية لتصبح بحوثاً أكثر تفصيلا، وشملت وسائل إعلام متنوعة،

** الوسائل الاعلامية والاتصالية اصبحت تشكل امتداداً طبيعياً لحواس الجمهور.

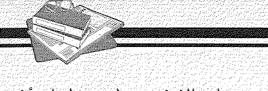
** فقدان الخصوصية والتعددية من سمات الانترنت.

** الشخصي والعقلاني والعاطفي تمثل مرتكزات الخطاب الجماهيري.

وسعت لمعرفة دوافع الجمهور للإستماع أو المشاهدة أو القراءة، وما هي الفوائد أو الحاجات التي تلبيها وسائل الإعلام لأفراد الجمهور بمختلف فئاتهم. ومن رواد دراسات جمهور الإعلام عالم الاتصال (بول لازرسفيلد) الذي أجرى بحوثه على جمهور الإذاعة والوسائل الأخرى في الأربعينيات من القرن العشرين في مركز البحوث في جامعة كولومبيا، في نيويورك والذي كان من أهم اكتشافاته أهمية دور الاتصال الشخصي كجزء مكمل لدور وسائل الإعلام.

وقد كان الاتجاه السائد في نظريات الإعلام الأولى أن وسائل الإعلام هي مصادر قوية وفعالة لنشر المعلومات والأفكار، تبث رسائل باتجاه واحد الى أفراد الجمهور الذين يستقبلون هذه الرسائل ويتقبلون ما هو معروض عليهم دون أي نشاط، أو تفكير عميق. ولكن دراسات (لازرسفيلد) وزملائه أوضحت أن أعضاء الجمهور لا يتابعون وسائل الإعلام، ويحاول بعضهم أن يقنع البعض الآخر بوجهة نظره حيال المواضيع المختلفة، والنقطة الهامة هي أنه إذا حدث قبول بفكرة معينة، أو عكسها، فإن هذا القبول يكون، في الغالب، نتيجة التأثير الشخصي، وليس بالضرورة نتيجة الإقناع المباشر من وسائل الإعلام، أما دور وسائل الإعلام، فتكون أهميته في طرح الموضوع للبحث والنقاش.

وهذه النظرية تعرف باسم نظرية (تدفق المعلومات على مرحلتين) لما تنطوي عليه من أهمية كبيرة للاتصال الشخصي بالاضافة الى دور وسائل الإعلام. وبناء على هذه النظرية، قال بعض علماء الاتصال أن دور وسائل الإعلام في التأثير على الجمهور ليس قوياً ومباشراً وموحداً، كما كان الإعتقاد السابق، بل ان أثر وسائل الإعلام هو، في الواقع، ضعيف، وثانوي بالنسبة للاتصال الشخصي، وما يجري في المحيط الاجتماعي[١٢]. ولكن هناك فريق آخر من علماء الإتصال لا يزالون يرون أن أثر وسائل الإعلام قوي وفعال في المجتمع،



وحاولوا إثبات ذلك بطرق وحجج أخرى (وسنعود لذلك في الجزء التالي من هذا المقال).

وفي نفس هذا الاتجاه، الذي يقول بأن أثر وسائل الإعلام ضعيف، اتضح للعلماء أن الجمهور يمر بعدة عمليات اختيارية تقلل من احتمال تأثره بوسائل الإعلام بشكل قوي ومباشر. وقد أشارت دراسات الباحث (جوزيف كلابر)، منذ عام ١٩٦٠م، أن الجمهور يمر بعدة عمليات ذهنية اختيارية أثناء تعامله مع وسائل الإعلام. من أهم هذه العمليات الذهنية التعرض الإختياري، حيث يختار الفرد الوسيلة التى يريد التعرض لها، وقد يتجاهل تماماً الوسائل الأخرى، والتفسير الإختياري وهو أن يتعرض الفرد للرسالة الإعلامية ولكن يفسرها حسب هواه وميوله، والتذكر الإختياري وهو أن الفرد لا يتذكر كل ما يشاهده ويسمعه، ولكنه فقط يتذكر الأمور التى تتناسب مع أفكاره واتجاهاته المسبقة، وأخيراً، التصرف الإختياري هو أن يقرر الفرد إذا كان يريد التصرف حسب ما سمع أو شاهد، أم لا، مثل شراء سلعة ما، أو التطوع لعمل خيري، وما شابه ذلك.

نظرية الاستخدامات والاشباعات :

وامتداداً للمنظور القائل بأن أثر وسائل الإعلام ضعيف وغير مباشر، وأنه يعتمد على اتجاهات الجمهور ومحيطهم الشخصي، ظهرت نظريات أخرى تفصيلية، تبني على هذا الإتجاه النظري وتدعمه بدراسات تطبيقية عديدة، وهي تركز على دراسة الجمهور والعوامل التى تدفعه للاهتمام بوسائل إعلامية معينة، ورسائل إعلامية معينة، والحاجات التى تلبيها وسائل الإعلام لهذا الجمهور، بناء على دوافعهم النفسية والاجتماعية ويسمى هذا الاتجاه النظري (نظرية الاستخدامات والاشباعات)، بمعنى أن فرداً من الجمهور قد يستخدم الراديو ليشبع رغبة الحصول على المعلومات، وفرداً آخر يستخدم فيلماً سينمائياً لإشباع رغبة التشويق والإثارة، وفرداً ثالثاً يستخدم برنامجاً كوميدياً في التلفزيون لإشباع رغبة الاسترخاء والابتعاد عن الهموم[١٣].

ونظرية الاستخدامات والاشباعات تضع النفوذ والسيطرة في جانب الجمهور، أما وسائل الإعلام فهي ضعيفة وقليلة النفوذ، حسب هذه النظرية، لأن الجمهور هو الذي يختار الوسيلة والمحتوى الذى يناسبه، ويتجنب كل ما لا يناسبه، أو يتعارض مع اتجاهاته، وبهذا تكون وسائل الإعلام موجودة فقط لتلبية رغبات الجمهور، وهي لن تستطيع أن تجبرهم على متابعة رسالة معينة، ما لم يكونوا راغبين فيها أصلا، وبناء على ذلك، لن يكون باستطاعة وسائل الإعلام تغيير رأي الجمهور أو إقناعهم بفكرة معينة، ما لم يكونوا ميّالين لها أساساً. هذه النظرية

تفترض أيضاً وجود تعدد وتنوع كبير في وسائل الإعلام، بحيث يتسنى للجمهور اختيار ما يناسب ذوقه واتجاهه. كما أنها تفترض أيضاً أن وسائل الإعلام ليس لها أغراض سوى تلبية حاجات الجمهور، أي ليس لها نوايا إقناعية أو دعائية، فكرية وسياسية.

طبعاً، لقيت هذه النظرية انتقادات كثيرة من بعض علماء الاتصال، الذين قالوا إن الخيارات الإعلامية المتاحة ليست كثيرة ولا متنوعة بقدر كاف، بحيث تغطي كل حاجات الجمهور، خاصة في الدول النامية. كما أن النظرية تستبعد وجود أهداف ونوايا لدى وسائل الإعلام للتأثير الفكري والسياسي والإقتصادي على الجمهور. وهذا كله يضعف نظرية الاستخدامات والاشباعات، ولكن بالرغم من ذلك، فإن هذه النظرية تلقى قبول الكثير من الباحثين في مجال الإعلام، لأنها، على الأقل، تفسر لنا اتجاهات الجمهور ورغباتهم واسباب بحثهم عن رسائل إعلامية معينه. كما أن ظروف الاتصال الاليكتروني حول العالم في عصرنا هذا، بما فيها من بث فضائي واتصال بالانترنت، فتحت المجال لمزيد من الوسائل والقنوات الإعلامية، ومزيد من التنوع في الرسائل الإعلامية، مما يجعل افتراضية توفر الخيارات أقرب الى الصواب.

** وسائل الاعلام تعرض على الجمهور نماذج مغرية ومرغوب فيها ليقلدها الجمهور.

خامساً: بحوث الأثر:

دراسات الأثر تبحث في نوعية وحجم استجابة الجمهور لمحتوى الإعلام، إما بالتغيير أو بالدعم، بمعنى أن متابعة الجمهور لرسالة إعلامية معينة سوف تؤدي، في الغالب، إما لتغيير أفكارهم أو سلوكهم، من ناحية، أو الى تعزيز ودعم أفكار ومواقف موجودة لديهم أصلا، من ناحية أخرى[١٤]. وهذا النوع من البحوث مرتبط بدراسات الإقناع، الذي هو نشاط بشري قديم مارسه الإنسان منذ بداية التاريخ الإنساني. فمنذ عرف الإنسان القديم استخدام اللغة، فلابد أنه استخدمها للتعبير عن رأيه، ومحاولة إقناع الآخرين بذلك الرأي. وقد درس قدماء الفلاسفة هذه الظاهرة وخرجوا بقوانين عامة للفن الإقناعي الخطابي والبلاغي، فمن أقدم الدراسات في هذا المجال نظرية



الفيلسوف اليوناني القديم، أرسطو، في الإقناع الخطابي، والمعروفة من خلال كتابه الشهير (فن الخطابة). في هذا الكتاب، يقول أرسطو إن الإقناع يتم بثلاثة أنواع من الأدلة، هي الدليل الشخصي وهو مصداقية المتحدث ومدى ثقة الجمهور به، والدليل العقلاني وهو عرض الأدلة والحقائق العقلانية التى تدعم وجهة نظر المتحدث، والدليل العاطفي وهو استمالة الجمهور عاطفياً وتحريك مشاعرهم نحو الهدف الذي يريده المتحدث[١٥].

وفي العصر الحديث، زاد الإهتمام بدراسات الإقناع، خاصة مع تطور وسائل الإعلام الحديثة، مثل الصحافة والراديو والسينما والتلفزيون واستخدامها في الدعاية السياسية والفكرية، كما كان واضحاً أثناء الحرب العالمية الثانية، حيث كان هناك نشاط دعائي مكثف من قبل ألمانيا النازية، وروسيا الشيوعية، وإيطاليا الفاشية، وكذلك في بريطانيا، والولايات المتحدة الأمريكية. وبرز (جوزيف جوبلز) وزير الدعاية الألماني، خلال الحرب العالمية الثانية، كواحد من أذكى مصممي الدعاية والحرب النفسية في العصر الحديث، باستخدامه للإذاعة والتصوير السينمائي والملصقات والاستعراضات العسكرية.

وبعد الحرب العالمية الثانية، تطورت أساليب استخدام وسائل الإعلام في الإقناع والدعاية. وفي نفس الوقت، تطورت أيضاً الدراسات الإعلامية، وأساليب البحوث المتعلقة بدراسة أثر الدعاية ومحاولات الإقناع والتأثير. وبدا واضحاً للباحثين وعلماء الاتصال أن العلاقة بين الرسالة الإعلامية واستجابة الجمهور مرتبطة بعدة عوامل متداخلة تجعل من الصعب التنبؤ دائماً بمدى نجاح أي مصدر إعلامي في التأثير على جمهوره.

هذه العوامل تشمل خصائص المصدر ومصداقيته، وخصائص الرسالة، أي ترتيبها وصياغتها وما تحتويه من استمالات عقلانية وعاطفية، ومواصفات القنوات والوسائل الإعلامية المستخدمة في الوصول للجمهور، وخصائص الجمهور نفسه وتعدده وتنوع فئاته، وأخيراً، نوعية السياق الذى يحدث فيه الاتصال. وبدون العلم بكل هذه العوامل الهامة والمتداخلة، لا يمكن التنبؤ بنوعية الأثر الذي سوف تحدثه رسالة إعلامية معينة في جمهور ما.

والتجارب العلمية التى يقوم بها الباحثون لقياس أثر وسائل الإعلام تنقسم الى نوعين:

النوع الأول: هو التجارب المختبرية التى يتم فيها تعريض عينة مختارة من الجمهور لرسالة معينة في نطاق زماني ومكاني محدود، وينتج عنها نتائج واضحة ومحددة، لكن يصعب تعميمها بشكل أوسع على عامة الجمهور، مثل عرض فيلم كرتوني على مجموعة من الأطفال ومراقبة تصرفاتهم بعد المشاهدة مباشرة، أو عرض برنامج إخباري على

مجموعة من الكبار ومعرفة رد فعلهم من خلال الاستبيانات والمقابلات.

النوع الثاني: هو الدراسات الحقلية التى تتم في مجال الحياة الطبيعي عن طريق الاستبيانات والملاحظات، وهذه التجارب توضح دور العوامل الشخصية والبيئية في عملية نشر الأفكار والمعلومات وأثرها على الجمهور.

وبهاتين الطريقتين تم دراسة العديد من الرسائل الإعلامية واحتمالات أثرها على الجمهور. وقد اهتم الباحثون بدراسة العديد من أنوا ع الأثر المحتملة على الجمهور، منها الحملات الدعائية في فترات الإنتخابات، والإعلانات التجارية، والحملات الترويجية الاستهلاكية، وحملات التوعية وتثقيف الجمهور، واستخدام الإعلام في التنمية الإجتماعية والثقافية، وأثر البرامج والأفلام العنيفة على سلوك الأطفال والشباب، وعلاقة وسائل الإعلام بتنشئة الطفل، وما شابه ذلك. ولا تزال البحوث من هذا النوع وغيرها تجرى، مع زيادة في الوعي لدى الباحثين بأن دراسة أثر الإعلام كثيراً ما تكون عملية معقدة، وأنه كثيراً ما يصاحب الرسائل الإعلامية آثار غير مقصودة وغير مرتقبة.

وبالرغم من الاعتقاد لدى بعض علماء الإعلام بأن أثر وسائل الإعلام ضعيف، كما رأينا سابقاً، إلا أن الكثير من الباحثين الآخرين يرون بأن وسائل الإعلام لها فعلا دور قوي في المجتمع، إلا أن هناك صعوبات في إثبات ذلك من خلال البحوث الإعلامية بشكل قاطع. ومن هذه الصعوبات أن آثار وسائل الإعلام تحدث على المدى الطويل، ودراسات الأثر على المدى القصير غير قادرة على اثباتها، بالإضافة الى ذلك، يقول الباحثون أن معظم آثار وسائل الإعلام تكون ذهنية، وتبقى كذلك لفترة طويلة، وقليلا ما تظهر كسلوك يمكن قياسه وملاحظته بسهولة. ومن الصعوبات أيضاً هو أن الدراسات المفصلة لأثر وسائل الإعلام على المدى الطويل قليلة، لأنها تتطلب جهداً عالياً، وتكاليف باهظة.

أهم بحوث الأثر :

وبرغم الصعوبات في دراسة أثر وسائل الإعلام، فإن هناك عدة اتجاهات نظرية نتج عنها، عبر العقود القليلة الماضية، نتائج هامة توضح أثر وسائل الإعلام على الجمهور والمجتمع في مجالات مختلفة، فبالإضافة الى النظريات التى ورد ذكرها سابقاً في هذا المقال، هذه أربعة أمثلة أخرى لأهم نظريات الأثر الإعلامي، وبعض نتائجها[١٦]:

١ ـ نظرية فجوة المعلومات:

تقول هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تنشر المعلومات بالتساوي بين أفراد المجتمع، ولكن يوجد في المجتمع فئات تستفيد من وسائل الإعلام بطريق أكبر من الفئات الأخرى. وعادة يكون سبب الفارق بين المجموعتين هو المستوى التعليمي والإقتصادي.

فالناس الذين يتمتعون بمستوى تعليمي واقتصادي أعلى يستفيدون بشكل أكبر من المعلومات المعروضة من خلال وسائل الإعلام المتنوعة. أما الفئة الأخرى فلا يستطيع أعضاؤها الحصول على نفس الوسائل، أو قد يجهلون طريقة استخدامها، كما هو الحال في استخدام الكمبيوتر والانترنت. وهذه الفجوة في المعلومات تشكل عائقاً في الدول النامية، حيث ترغب الدولة في نشر الوعي والتثقيف بالتساوي بين السكان، لكن هناك فئات يصعب الوصول إليها، للأسباب المذكورة.

٢ ـ نظرية انتشار الافكار والمخترعات الحديثة:

هذه نظرية مكملة للنظرية السابقة، وهي تصف الطريقة والمراحل التى يتقبل بها الناس الأفكار الجديدة المطروحة عليهم، خاصة من خلال وسائل الإعلام. ومن خلال الدراسات المتعددة، اتضح أن الأفكار والمخترعات الجديدة تنتشر ببطء لدى فئة من الجمهور تتصف بمتابعة كبيرة لوسائل الإعلام، كما تتصف بحب التجريب والمغامرة. بعد ذلك، تنتقل الفكرة من الفئة الأولى الى بقية أعضاء الجمهور، وبذلك يتسارع معدل قبول الفكرة الجديدة، الى أن يشمل القبول عدداً كبيراً من الجمهور. في النهاية، تصبح الفكرة عادية، ولا يبقى سوى عدد قليل من الناس الذين لم يقبلوا الفكرة، ويكون دور وسائل الإعلام هو نشر الفكرة الجديدة، خاصة في وسط الفئة الأولى التى ترغب في التجديد، حتى يكونوا بمثابة (قادة رأى) لغيرهم من الجمهور. وهذه النظرية في غاية الأهمية للدول النامية، حيث تكون هناك رغبة في إدخال الأفكار التوعوية في مجال التعليم والصحة والأمن، وما شابه ذلك.

٣ ـ التعلم الإجتماعي:

هذه النظرية التى طرحها العالم (البرت بندورا) تقول بأن وسائل الإعلام تعرض على الجمهور نماذج مرغوبة ومغرية في شكلها وتصرفاتها، وتشجع أعضاء الجمهور، خاصة صغار السن، على تقليد هذه التصرفات. والفرد يتقمص دور الشخصية المفضلة لديه، ويتمرن ذهنياً على القيام بالدور. وهناك الكثير من التشجيع في وسائل الإعلام على هذا التعلم والتقليد، مثل ما يحدث في الإعلانات التلفزيونية، حيث الشخص الذي يشتري السلعة يحصل على القبول والرضى من قبل الشخصيات الأخرى في الإعلان. ومن الملاحظ أن الأطفال يقلدون الكثير مما يشاهدوه في وسائل الإعلام من تصرفات قد تكون إيجابية أو سلبية. ومما يحدد مدى حدوث التقليد لدى الأطفال هو وجود الدافع أو التعزيز في المحيط الاجتماعي من حولهم، فإذا وجد الطفل تشجيعاً على تصرفاته الجديدة فانه سوف يستمر في القيام بها، أما إذا وجد الردع والتوبيخ، فلن يكون التقليد مغرياً بالنسبة له.

٤ ـ نظرية الغرس الثقافي:

وتسمى ايضاً نظرية الإنماء الثقافي، وهي

نظرية طرحها الباحث (جورج جربنر) وتقول بأن وسائل الإعلام، خاصة التلفزيون، تطرح أفكاراً وأنماطاً من السلوك نمطية ومكررة، وبعيدة عن الواقع. مثلا، المسلسلات التلفزيونية والأفلام السينمائية تصور مواقف عنيفة أكثر مما هو موجود على الواقع، والمسلسلات العاطفية تصور مواقف غرامية أكثر مما هو موجود على الواقع، والإعلانات التجارية تصور فوائد للسلع أكثر مما هو موجود على الواقع، وهكذا. ولكن وسائل الإعلام تعرض كل ذلك على اساس أنه هو الواقع الطبيعي والحقيقي، وهي بذلك تغرس ثقافة ذات نمط معين، هو في الغالب خاطيء، ومخالف لطبيعة الأمور في المجتمع. والجمهور الذى يتعرض لهذه الرسائل الإعلامية بكثافة، ويعتمد عليها في اتخاذ قراراته اليومية، يكون تحت انطباع خاطيء مبنى على الصور الخاطئة التى تبثها وسائل الإعلام، على سبيل المثال، اشارت الدراسات في هذا المجال في الولايات المتحدة الأمريكية، أن الأفراد الذين تكون مشاهدتهم للتلفزيون كثيفة يتولد لديهم احساس بأن العالم من حولهم عنيف وقاس، وذلك لكثرة أفلام العنف في التلفزيون الأمريكي.

وأخيراً ، يرى الكثير من الباحثين أن أثر وسائل الإعلام هو من الأمور المعقدة، التى يصعب دراستها بطريقة وافية، وذلك لأن وسائل الإعلام الحديثة تدخل في جميع مجالات الحياة تقريباً، كما أنها ذات تنوع كبير، بحيث يصعب تحديد آثارها بمعزل عن المتغيرات الإجتماعية والثقافية والسياسية في المجتمع.

خاتمة :

في هذا المقال، تم استعراض بحوث الإعلام في محاولة للتعرف على طبيعة دور وسائل الإعلام في المجتمع، وتم تقسيم البحوث الى خمسة أقسام تتوافق مع الأجزاء الخمسة المعروفة التى تتكون منها أي عملية إعلامية في العصر الحديث، وهي بحوث المؤسسة الإعلامية، والرسالة، والوسيلة، والجمهور، والأثر. واتضح مدى التعقيد في موضوع دور وسائل الإعلام في المجتمع، وصعوبة دراسته بطريقة وافية، لما لوسائل الإعلام من انتشار وتنوع كبير في العصر الحديث. ولكن معظم البحوث تؤكد ما نلاحظه يومياً من خلال تفاعلنا مع وسائل الإعلام، وهو أن وسائل الإعلام تختار وتعرض لنا شتى أنواع المعلومات والأفكار بطريقة جذابة، ومثيرة أحياناً، بحيث تكون هذه المعلومات والأفكار جزء من تفكيرنا اليومي، وتلعب دوراً كبيراً فيما نتخذه من قرارات وسلوكيات.

الهوامش :

(١) المرجع الأساسي لهذا المقال هو:

Denis Mcquail, "Mass Communication Research," The International Encyclopedia of Communication, 1985. pp. 487-492.

أنظر أيضاً :

Denis Mcquail, "Mass Communication Theory: An Introduction, Sage: London, 1984.

حسن عماد مكاوى، وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة ١٩٩٨.

كمال عبد الرؤوف (مترجم) نظريات وسائل الإعلام، الدار الدولية القاهرة ١٩٩٣.

(٢) انظر :

Denis Mcquail, "Media Performance: Mass Communication and the Public Interest, Sage: London, 1992.

(٣) حسن عماد مكاوى، وليلى حسين السيد، ص ١٤٣ ـ ١٧٢.

(٤) حسن مكاوى، وليلى السيد، ص ١٧٦ ـ ١٨٤ و ص٢٢٨ ـ ٣٠١.

(٥) Denis Mcquail, "Mass communication Research," P. 488.

وانظر ايضاً:

محمد ناجي الجوهر (مترجم) تحليل مضمون الإعلام، دار قدسية ١٩٩٢.

(٦) Denis Mcquail, "Mass Communication Research," PP. 489.

(٧) المرجع السابق ص ٤٨٩.

(٨) حسن مكاوى، وليلى السيد، ص ١١٨ ـ ١٢٣.

(٩) حسن مكاوى، وليلي السيد، ص ٨٧ ـ ١٠٨.

(١٠) Elihu Katz, "Mass Media Effects," International Encyclopedia of Communication, 1985,P. 495.

وأنظر ايضاً:

نايف علي عبيد، العولمة: مشاهد وتساؤلات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية: أبو ظبي ٢٠٠١.

(١١) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب: القاهرة ١٩٩٣.

(١٢) حسن مكاوى، وليلي السيد، ص ٢٥٠ ـ ٢٥٤.

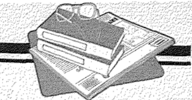
(١٣) حسن مكاوى، وليلي السيد، ص ٢٣٩ ـ ٢٤٩.

(١٤) أنظر :

Jennings Bryanf and Dolf Zillmann (eds), Media Effects: Advances in Theory and Research, Lawarence Erlbaum: Hillsdale, New Jersey, 1994.

(١٥) راكان عبد الكريم حبيب، طرق الخطابة والإقناع، مكتبة دار جدة: جدة ١٩٩٥.

(١٦) للمزيد عن هذه النظريات، أنظر: حسن مكاوى، وليلي السيد.



دور وسائل الإعلام في تفتح الأبناء

لقد حلت وسائل الإعلام محل الوالدين والمدرسين في نقل العلوم والمعارف إلى الافراد، فأصبح التعليم يتم خارج المدرسة، وأصبحت كميات كبيرة من المعلومات التى تنقلها الصحف والإذاعات ومحطات التلفزيون في أيامنا هذه تفوق بكثير كميات المعلومات التى ينقلها مدرس المدرسة.

بقلم: **عبدالرزاق زعال**
- سوريا -

ويعتبر التلفزيون من أخطر الوسائل الإعلامية، لأن تأثيره يفوق تأثير الوسائل الإعلامية الأخرى، وهو ليس ضيفاً دائماً على الأسرة فحسب بل هو مشارك في مسؤولية إعداد وتربية الأطفال.

ان الأسرة والمدرسة والأصدقاء ووسائل الإعلام تكسب الطفل وتعلمه عاداته وتقاليده، وقيمه، اي تكسبه العوامل الاجتماعية في شخصيته.

ولا ننسى ان عامل الوقت الذي يقضيه الطفل أمام جهاز التلفزيون يعتبر هو الأساس الذى يجعل التلفزيون من الكماليات، بل اصبح من الضرورات الحياتية، حوله تتجمع الأسرة، ومنه يحصل أفرادها على الخبر والمعلومة والفن والثقافة والتسلية بالقول والصورة معاً.

ولم تعد محطات الارسال الوطنية المحلية هي



المصـــدر الوحـيــد لكل مـا يظهـر على الشــاشــة الصغيرة.

بدأ البيت العربي يتابع ما يدور في العالم كله عندما يبث له من خلال أدوات التقنية الحديثة ما ترسله محطات إرسال قد تبعد عدة آلاف من الأميال، فلم تعد محطة الإرسال الوطنية المحلية هي المصدر الوحيد للبث. تعمل بجوارها الآن محطات اخرى اجنبية، لا شك ان هذا التنوع الكبير سيزيد من ارتباط الأسرة والفرد بالتلفزيون ولهذا الارتباط ايجابيات، وكذلك له سلبيات، تتمدد ايجابياته بهذا التنوع الكبير للأخبار والمعلومات ولجميع فنون العلم والثقافة. ولكن تأتي سلبياته بتعدد وتنوع واختلاف القيم والتقاليد التي تدخل في نسيج بعض البرامج والأفلام، والتى لا تناسب ذلك التجمع الأسري أو لا تتناسب مع النسق القيمي للانسان العربي. وقد يكون ذلك التطور الجديد لوسائل الإعلام مؤثراً على قــواعــد تربوية تحــاول بشكل أو بآخـر زرعـهــا وترسيخها في أبنائنا، قواعد تربوية ترمي الى دفعهم الى القراءة مثلا أو الى الانخراط في أعمال عامة أو الى العناية بفنون اخرى. فعلينا ان نهتم بكل ناتج

للتقدم التقني، وعلينا كذلك ان نوجد التوازن الذي لا يجعلنا فريسة له، بل أسياداً متحكمين فيه.

ان التلفزيون قد أصبح اليوم أداة هامة، ليس فقط في المجال الاعلامي، ولكن أيضاً كعامل من العوامل ذات التأثير البالغ في التنشئة الاجتماعية للطفل. فلم يعد التلفزيون من الكماليات بل أصبح وجوده من الانتشار، بحيث لا يمكن اغفال تأثيره على كل من الصغير والكبير سواء بسواء.

ولكن هذا التطور السريع الذي شهده العصر، وتوفر أجهزة التلفزيون بكافة القنوات العربية والاجنبية الى جانب الفيديو وما يوفره من اشرطة قد لا تتناسب واعمار الأطفال، ومع وجود كتب من مختلف المجالات في متناول ايديهم، هل كل ذلك كان سبباً في فقدان اطفال اليوم براءتهم؟ إن ما يعرض في وسائل الاعلام أثَّر بشكل كبير على الأطفال بحيث صاروا أكثر تفتحاً ومن ثم استفساراً عما يشاهدونه. ففي حين يقول البعض انه بالرغم من سلبيات ما يعرض التلفزيون على الاطفال وخاصة ما يتوفر في متناول الجميع بواسطة الستالايت، إلا اننا بذات الوقت لا يمكننا ان نحصر الأطفال في غرف مغلقة وكل ما علينا هو أن نراقب ما يشاهدونه ولا نتركهم كثيراً أمام التلفزيون لئلا يشاهدوا البرامج

** وسائل الاعلام اصبحت ذات تأثير بالغ في التنشئة الاجتماعية للطفل.

** تعدد وتنوع واختلاف القيم والتقاليد المتداخلة في نسيج برامج الاطفال، تجعل من الطفل مسخاً لا هوية له.

التي لا تتناسب واعمارهم.

اما البعض الآخر فيعتبر أن تغير اطفال اليوم هو بسبب تقليد ما يشاهدونه عبر اجهزة التلفزيون والفيديو الى جانب ابتعاد الوالدين طوال النهار عن ابنائهم بسبب انشغالهم، مع قلة العلاقات الاجتماعية السائدة حالياً كلها امور ساعدت على غياب الدور الاسري في التنشئة.

وقسم آخر يرى أن تفتح عقلية الأطفال ذات شقين ايجابي وسلبي. الشق الايجابي يتمثل بتفتحهم تجاه الامور التى قد تنفعهم وتنمي طريقة تفكيرهم وتفيدهم في حياتهم بشكل عام.

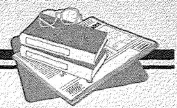
ويؤكد البعض انه مهما تطور المجتمع فانه يظل لدى الاطفال جزء من البراءة في ناحية التفكير وحب التملك، والمشاعر، ومن ناحية الحب والابتسامة، بحيث لا تصل لمصطلح المجاملة والنفاق والدجل الاجتماعي لكونها اشياء يكتسبها الطفل في المراحل

**** عدم الرقابة الأسرية على ما يشاهده الاطفال يجعلهم عرضة لتقليد ما يشاهدونه.**

**** التلفزيون حوَّل الطفل العربي الى دمية لا حراك لها.**

المتقدمة من العمر .. أما إذا اردنا أن نضع اللوم على الطفل بسبب تفتحه الزائد فهذا أمر غير ممكن لكونه أمراً طبيعياً بحكم مشاهدته المتطورة من خلال توفر التلفزيون والستالايت الذي يوفر بين يديه قنوات العالم وكذلك بواسطة السفر الى الخارج مع الأهل والمناهج الدراسية المقررة الأكثر تطوراً عنها منذ عقدين من الزمن مثلا والهادفة الى تنمية مواهبه، اما بالنسبة لحب الاستطلاع لدى الاطفال فهو في الواقع أمر طبيعي حيث يتساءل عن كيفية مجيئه للحياه وسبب اختلافه عن اخته من الناحية التكوينية وغيرها الى جانب عدد من الاسئلة المحرجة وفي حال اجابة الوالدين عليها بشكل خاطىء تؤدي الى أمراض نفسية مستقبلية.

وهنا يجب التاكيد على ضرورة تفهم الوالدين لطبيعة ابنائهم في الوقت الحالي وعدم مقارنتهم بطبيعتهم وتصرفاتهم أيام كانوا في مثل اعمارهم بحكم اختلاف طبيعة الحياة والحال والزمان والمكان.



الغزو الاعلامي والتشـ

تمثل وسائل الاعلام أحد الصور البارزة للتغيرات التكنولوجية .. التى دخلت الى حياتنا .. وأصبحت المؤثرات الاعلامية قادرة على تشكيل الحياة الاجتماعية والثقافية داخل المجتمعات، وفي ظل التطور الاعلامي لم يعد تأثير الاعلام قاصرا على مجرد المستوى المحلى بل تخطاه الى المستوى الدولي والعالمى.

وقد شهد العالم في السنوات الأخيرة، في اطار ظاهرة السيطرة والاحتكارات، ظهور تكتلات عديدة.. ولم يستثن من ذلك ظهور التكتلات الاعلامية، التى باتت تشكل مسألة خطيرة من جانب الوحدات الأكثر تقدما وبصورة أصبحت معها منافسة هذه الاحتكارات الاعلامية أمرا صعبا ان لم يكن مستحيلا. وكان نتيجة للتدفق الاعلامي من جانب الدول الأكثر تقدما وعدم التوازن الاعلامى بينها وبين الدول الأقل تقدما عدم قدرة الأخيرة على التأثير في الدول المتقدمة مثل التأثير الواقع عليها من محاولات لتشويه الخصوصية الثقافية والتميز الحضاري لهذه المجتمعات.

ورغم أن معظم المجتمعات النامية، ومنها مجتمعنا العربي، قد ظهرت كدول مستقلة على المسرح السياسى، لكن التبعية Dependency

بقلم : **د. خلاف خلف الشاذلى**

مدرس اجتماع التنمية بكلية الآداب - جامعة المنيا - مصر

ظلت امتداداً للاستعمار الذى رحل اسما وبقى واقعا في كثير من هذه المجتمعات. فلم يكن حصول هذه المجتمعات على استقلالها يعنى انتهاء مصالح الاستعمار التى بقيت تلح عليه بضرورة العودة، فراح يمد حبالا سرية بينه وبين تلك المجتمعات، بوسائل أو بأخرى، تضمن في الآخر استمرار تبعية هذه المجتمعات له.

ووجدت الدول الأكثر تقدماً، في الاتصال الاعلامى والغزو الثقافى والفكرى أداة لربط الدول الأقل نمواً بمصالحها. فكانت الهجمة الثقافية الشرسة التى أخذت تتعرض لها المجتمعات الاقل نموا، ومنها بالطبع مجتمعنا العربى بعد أن أصبح التدخل في ثقافات المجتمعات والدول لا يقل خطورة عن التدخل في شئونها السياسية أو الاقتصادية.. انطلاقا من أن الثقافة والفكر هما القاعدة في أى مجتمع.. وأن الذى يستطيع أن يتغلغل اليهما يمكنه أن يحتل الوعي ويستطيع أن ينفذ الى بقية الأبنية والمؤسسات الاجتماعية والاقتصادية ويتحكم فيها من الداخل.

ومتى فقد المجتمع هويته الثقافية، وتراجعت قيمه الأصلية أمام القيم المستوردة الدخيلة .. فقد هذا المجتمع هويته واحساسه بذاته وتميزه الحضارى بين المجتمعات .. وقَبِلَ، في الوقت نفسه، كل ما يفرض عليه من أبنية وأنظمة خارجية.

ولم يعد خافياً على أحد أن الهوية الحضارية والخصوصية الثقافية لمجتمعنا قد تعرضت، ولا تزال، للعديد من الضغوط الاستعمارية التى لم تكتف باستنزاف موارد تلك المجتمعات، المادية والبشرية على السواء، بل عملت أيضا على فصل انسان هذه

ـويــه الحضــــاري

المجتمعات عن مجتمعه وثقافته الأصلية وحياته المميزة.. بل وصلت الى حد محاولة طمس الهوية الحضارية ومحاربة الشخصية الوطنية بكل مقوماتها الروحية واللغوية والثقافية.

ولا شك أن ظهور ما يعرف بالبث الاعلامي المباشر الذى غطى بالفعل بعض البلدان العربية، ويزحف لا محالة على البقية منها.. سوف يكون له انعكاساته الخطيرة من الناحية الاجتماعية والثقافية.. حيث يهدف الغزو الاعلامي الى ايجاد الشخصية اللامنتمية للمجتمع والعمل على تقويض الأجيال وتحويلها الى مسخ يقلد الثقافات المصدرة.. في محاولة للقضاء على تنوع الثقافات وفرض الثقافة الواحدة التى تضيع معها الخصوصيات الثقافية ويتعرض الكيان الخاص والتراث المميز لكل مجتمع، ومنه مجتمعنا العربي، الى خطر الضياع على مر الزمن.

والأكثر من ذلك أن هناك بعض البرامج الاجنبية التى يعرضها التليفزيون العربى والتى تحوى في مضمونها صورة مشوهة عن العرب وتُصَوِّرهم بأنهم مقاتلون متعطشون للدماء وللجنس والمرأة، وطاعنون في الظهر، محتكرو نفط، وليسوا دعاة سلام ولا غرابة في أن هذه البرامج تعرض في بعض البلدان الغربية، وأمريكا، الا أن المؤسف أنها تعرض ايضاً في بعض المجتمعات العربية..!

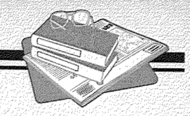
..حيث يصور الاعلامي الغربي الاستثناء في حياة الانسان العربي على أنه القاعدة.. فاذا سافرت الى الولايات المتحدة الامريكية مثلا، فمجرد أن تعلن عن هويتك العربية.. الا، ويسألك المواطن الامريكي البسيط.. عربي ولا تركب الجمال؟.. واذا جاءت إجابتك بلا فانه يستطرد مبتسماً بين الشك والتصديق، قائلا.. لقد تعلمنا ذلك في المدرسة أليس صحيحاً؟ .. وتكتشف أن محاولات التشويه لا تقتصر على أجهزة الاعلام.. بل هي تبدأ في سن الدراسة الاولى.. وتُحفر في ذهن المواطن الغربي.. وبالتالى يكون على استعداد أن يصدق كل ما يقال عن الانسان العربي وفق الثقافة التى كونت عقله ومشاعره في السنوات الاولى.

لقد عرف العرب المستشفيات في القرن العاشر، وقدموا مساهمة ايجابية في الرياضيات وعلم الفلك والطب والفيزياء والادب والاجتماع.. ومع هذا فشل الاعلام الغربي أو قصد عدم اعطاء صورة ايجابية عنهم.

ولعلنا نتساءل هنا، لماذا كل هذه البرامج الأجنبية المستوردة على شاشة التليفزيون العربي في الوقت الذى لا يوجد هناك مكان على خريطة التليفزيون الغربي للبرامج العربية أو حتى تلك التى تُصور بشكل موضوعى وواقعي المجتمع والانسان العربي؟.

**** الاعلام الغربي تحول من الاستثناء الى القاعدة في الوجدان العربي.**

**** التكتلات الاعلامية باتت تشكل هاجساً لقضية التوازن الاعلامي.**



الآثار السلبية والإيجابية للتليفزيون على الأطفال

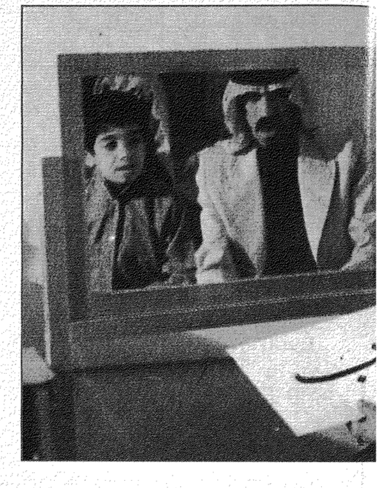
دراسة في تأثير التليفزيون وإمكانية الاستفادة منه

بقلم : **د. محمد محمود المرسي**

أستاذ الاعلام المشارك - جامعة الملك عبدالعزيز - جدة



تأتي هذه الدراسة في إطار النظرة المستقبلية والتخطيط المستقبلي في الوطن العربي، من أجل تجاوز الواقع الراهن الى مستقبل أفضل.. وحين نعد للمستقبل ونخطط له على أسس علمية سليمة فإننا لا شك نستفيد من تجارب الماضي، ومن تجارب الآخرين، ونحلل الواقع بجوانبه المختلفة للاستفادة منه ومحاولة تجاوز سلبياته.. ومن هنا يبرز جانب مهم - إذا أردنا تخطيطاً متكاملا - يتمثل في الاستثمار البشري الذي يجب الإعداد له لتحمل المسئولية في المستقبل، وأكبر وأفضل استثمار يمكن أن



يوجه من أجل مستقبل أفضل، هو الاستثمار في مجال إعداد جيل جديد قادر على تحمل المسئولية، متكامل نفسياً وعقلياً الى حدّ كبير. اي أنه استثمار في مجال إعداد الطفل العربي لتحمل مسئوليته لهذا القرن وما بعده.. فالطفل العربي اليوم هو رجل المستقبل الذي - إذا أحسن إعداده وتربيته وتعليمه وتثقيفه - يستطيع أن يحقق الكثير مما لم يستطعه أبناء هذا الجيل، وأن يحوّل الكثير من الآمال والطموحات العربية إلى واقع حي ملموس.



د. محمد محمود المرسي:

- دكتوراه في الاعلام.
- استاذ مشارك بكلية الآداب والعلوم الانسانية قسم الاعلام - جامعة الملك عبد العزيز - جدة.
- له مجموعة من البحوث والدراسات منها:
- النشرات الاخبارية في القنوات الفضائية العربية
- القائم بالاتصال في مجال التدريب الاذاعي والتليفزيوني في مصر.
- القضايا العربية المطروحة في القسم العربي بهيئة الاذاعة البريطانية بعد انتهاء حرب تحرير الكويت.



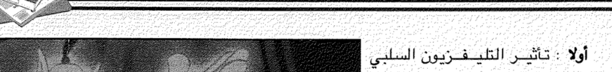
لذلك فإنه من المقاييس المهمة لمدى تقدم الدول، هو مدى عناية الدولة بأطفالها، حيث إن مرحلة الطفولة يتم فيها إرساء البذور الأولى للشخصية، ويتكون فيها الإطار العام لهذه الشخصية، ويكون لها أكبر الأثر في تشكيل شخصية الفرد في المراحل اللاحقة[١].

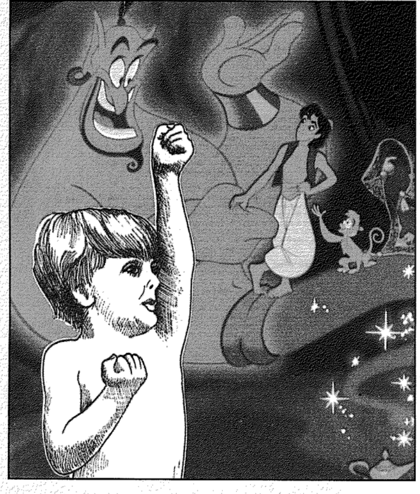
وهناك العديد من العوامل التى تؤثر في تكوين شخصية الطفل، حيث تعد المؤسسات الاجتماعية مثل الأسرة والمدرسة وجماعة الرفاق، ووسائل الإعلام من أهم عناصر التنشئة الاجتماعية[٢].. وحين نذكر وسائل الإعلام، فلابد أن نذكر بصفة أساسية التليفزيون، هذا الجهاز الإعلامي الخطير الذي يدخل كل بيت.. ورغم أنه ذو شاشة صغيرة، إلا أن أثرها جوهري وضخم[٣].. فقد ذكرت بعض الدراسات الأجنبية أن التليفزيون له تأثير كبير على الأمريكيين يفوق تأثير المؤسسات التعليمية والدينية، وأنه أكثر أهمية وسيطرة في حياة الأمريكيين من الصحف والراديو والكنيسة[٤].. كما أشارت بعض الدراسات العربية الى أن العلاقة بين الإنسان العربي والتليفزيون **أصبحت تأخذ شكل المرض النفسي**، كالإدمان، تحكمها القواعد نفسها، وتنطبق عليها القوانين نفسها[٥].. وتزداد أهمية التليفزيون ويزداد تأثيره في المراحل الأقل عمرا، أي أنه يكون أكثر أهمية وأكثر تأثيراً في مرحلة الطفولة.

ومرحلة الطفولة كما وردت في تعريفات عدد كبير من الباحثين والمتخصصين في هذا المجال، هي المرحلة التي تقع ما بين الثالثة والخامسة عشرة من العمر[٦].. وتشير الدراسات الى أن نسبة الأطفال في دول الوطن العربي ممن دون الخامسة عشرة من العمر تزيد على ٤٠٪ عند معظم الأمة العربية، وتصل النسبة في بعض الدول العربية الى ٥٠٪ فأكثر[٧].

فإذا كان الأطفال في الوطن العربي يشكلون تقريباً نصف عدد سكانه، وإذا كان التليفزيون كما تشير العديد من الدراسات يمثل أهمية خاصة في حياة الطفل الى درجة دفعت الكثيرين الى اعتباره بمثابة الأب الثاني والأم الثانية للطفل، بل إن أحد أساتذة الطب النفسي **يؤكد على تراجع دور الأسرة في مقابل تقدم التليفزيون**، واحتلاله المكانة الأولى في التأثير على سلوك الطفل[٨].. فإن كل ذلك يدعو الى أهمية دراسة تأثير التليفزيون على الطفل العربي، إمكانية الاستفادة من هذا الجهاز في إعداد جيل عربي قادر على تحمل المسئولية في المستقبل القريب.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة التي تتناول هذا الموضوع الحيوي المهم من جانبين أساسيين هما:





أولا : تـأثيـر التليـفـزيون السلبي والإيجابي على الطفل العربي.

ثانيا: استراتيجية عربية مستقبلية للاستـفـادة من التليـفـزيون في مـجـال الطفولة.

أولا : تأثير التليفزيون السلبي والإيجابي على الطفل العربي:

أجريت دراسة عربية عن الساعات التى يقضيها الطفل العربي في حجرة الدراسة، وأمام شاشة التليفزيون، حيث أشارت النتائج الى أن الطفل العربي في المرحلة الابتدائية يقضي في المدرسة ما بين ٦٠٠ ـ ٧٠٠ سـاعـة سنويا، بينمـا **يقضي أمـام التليفـزيون أكـثـر من ألف سـاعـة**، وتصل أحيـانـاً الى ضـعف مـا يجلسه في حجرة الدراسة[٩].. بالإضافة لذلك نجد أن غالبية الدراسات تشير الى أن نسبة تتراوح بين ٧٥ر٩٥٪ وبين ١٠٠٪ من الأطفـال في دول الوطن العربي يشاهدون التليفزيون، ويقضون أوقاتهم في متابعته[١٠].

وهكذا نجد أن النسبة الغالبة من الأطفال في الوطن العربي يمضـون أوقات طويلة في مشـاهدة التليفزيون وبشكل يومي، مما يضـاعف من أهميـة وتأثير هذه الوسيلة عليهم، **خاصة وأن التليفـزيون يخاطب حاستين من الحواس، هما البصر والسمع، والمعروف أن الوسيلة الإيضاحية التي تعتمد على أكثر من حاسة من حواس الطفل يكون أثرها أكثر جدوى وأكثر عمقاً من الوسيلة التى تعتمد على حاسة واحدة..** وقد ذكر بعض الخبراء أن الإنسان يحصل على المعلومات أو المعرفة الإنسانية بشكل عام عن طريق الحواس الخمس، وبعد عدة تجارب وجدوا أن الإنسان يحصل على معلوماته بالنسب المئوية التالية: عن طريق البصر ٧٥٪، عن طريق السمع ١٣٪، عن طريق اللمس ٦٪، عن طريق الشم ٣٪، عن طريق التذوق ٣٪ .. وقد أجريت بعض التجارب للتأكد من دور الصور في تذكر المعلومات، حيث ألقيت بعض المحاضرات على عدد من المستمعين من أعمار وتخصصات ومستويات تعليمية مختلفة لمدة ساعة، وكان قوام المحاضرة الواحدة ست صفحات فولسكاب، وفي اليوم التالي طلب من المستمعين تسجيل ما يتذكرونه من المحاضرة، فكانت النتيجة في كل الأحوال لا تزيد عن **نصف صفحة**

فقط مما ألقي عليهم.. ثم أجريت تجارب أخرى وعرضت على المبحوثين أفلام تحمل مضمون المحاضرات نفسها وطلب إليهم أيضاً في اليوم التالي تسجيل ما يتذكرونه، فكانت النتيجة أن متوسط ما يتذكره الواحد منهم **٧٥٪ من المعلومات** التى عرضت عليهم حتى في أدق التفاصيل[١١].

يتضح من ذلك أن التليفزيون يكتسب أهمية خاصة بين وسائل الإعلام المختلفة، حيث يتميز بأهمية خاصة في حياة الأطفال، انطلاقاً من أنه جهاز قادر على الترفيه والتثقيف في آن واحد، ومن ثم يؤثر في عقلية الطفل ووجدانه.. ويعتبر أداة مهمة للتعليم المباشر، إذ ينقل الى الطفل المعلومات والمعارف والأخبار، ويقدم له الكثير من عادات وتقاليد الجماعات المختلفة، وتزداد أهمية التليفزيون في مجال تثقيف الأطفال، لأنه يجذب انتباههم من سن سنتين وثلاث سنوات تقريباً، ودور التليفزيون في مجال ثقافة الطفل لا يقتصر فقط على تزويده بالمعلومات المختلفة، ولكن أيضا **يؤثر في اتجاهاته ومواقفه وتفكيره وسلوكياته في التعامل مع العالم المحيط به.**

ولقد اختلفت وتباينت آراء العلماء والمتخصصين حول تأثير التليفزيون على الطفل، حيث يحذر الكثيرون من التأثير السلبي لهذا الجهاز على عقلية ووجدان الطفل.. بينما يرى الآخرون أن إيجابيات التليفزيون تفوق سلبياته.. وينبغي أن نشير في هذا الصدد الى نموذج تشارلزرايت Charles Wright والخاص بالتحليل الوظيفي، وهو نموذج يقضي بأن أي اتصال له فوائد إيجابية ونتائج سلبية على النظام الاجتماعي الذي يحدث في إطاره، وعلى الجماعات والأفراد والنظم الثقافية[١٢].

**** المعلومات المعروضة على شاشة التلفزيون تختزن الذاكرة منها اكثر من ٧٥٪.**

**** التلفزيون يؤثر في اتجاهات الاطفال وسلوكياتهم سلباً وايجاباً.**

**** كثرة مشاهدة افلام العنف والجريمة تؤثر على المشاهد.**

ونعرض هنا بشيء من التفصيل للتأثير السلبي والإيجابي للتليفزيون على الطفل بشكل عام والطفل العربي بشكل خاص.

أ- التأثير السلبي للتليفزيون على الطفل العربي:

تكاد تجمع آراء العلماء والمتخصصين على أن أكثر الجوانب السلبية للتليفزيون تأثيراً على الطفل العربي، تنحصر في الجوانب التالية:

- التأثير السلبي لبرامج ومشاهد العنف والجريمة والجنس.

- التأثير السلبي للبرامج والأفلام الخيالية، وإعلانات التليفزيون.

ـ التـأثيـر السلبي للمضـمـون الأجنبي، واختـلال نسق القيم في عقول الأطفال.

ونتناول هذه الجوانب بشيء من التفصيل:

التأثير السلبي لبرامج ومشاهد العنف والجريمة والجنس:

يذهب العلماء والخبراء والمتخصصون الى أن مشاهد العنف والجريمة والجنس التي تعرض على شاشة التليفزيون لها تأثير كبير على الأطفال، ويؤدي تكرار عرض هذه المشاهد الى انحرافهم.. ويستند الكثيرون منهم في هذا الرأي الى نظرية «التعلم بالملاحظة» والتى تقوم على افتراض **أن الأفراد يمكن أن يتعلموا السلوك العدواني عن طريق ملاحظة العدوان في وسائل الاتصال**، فهناك قدر كبير من سلوك الأطفال يكتسب عن طريق ملاحظة سلوك الآخرين، والطفل الذي يشاهد نموذجاً عدوانياً في التليفزيون قد يقوم بتقليد ذلك النموذج[١٣].. لذلك فقد بلغ الهجوم على التليفزيون حداً جعل أحد الأطباء النفسيين يقول «إذا كان السجن بالنسبة للمراهقين هو كلية يتعلمون فيها الجريمة، **فإن التليفزيون هو المدرسة الإعدادية للانحراف**»، كما أنه قد ثبت على سبيل المثال أن ٣٩٪ من الأحداث المنحرفين في أسبانيا قد تلقوا معلوماتهم من الأفلام السينمائية والتليفزيونية[١٤]، وفي الولايات المتحدة الأمريكية صرّح الرئيس الراحل جون كنيدي أن الجريمة قد زادت بسبب التليفزيون، **وأن مكافحة انحراف الأحداث تكلف بلاده مالا يقل عن ٥ بلايين دولار سنويا**[١٥].

ويقدم العلماء والمتخصصون العديد من الأمثلة والنماذج التى تؤيد آراءهم بأن مشاهد العنف والجريمة والجنس تؤدي من خلال تكرار عرضها في التليفزيون الى انحراف الأطفال.. ومن هذه الأمثلة والنماذج نختار الآتي[١٦]:

ـ عرضت إحدى شبكات التليفزيون الأميركي NBC تمثيلية يداهم فيها الإرهابيون أحد قطارات الأنفاق ويقتلون أحد الركاب، وهي جريمة لم يكن قد سبق ارتكابها في الواقع، فإذا بأحد الصبية يقتل مخبر شرطة في أحد قطارات الأنفاق بالطريقة نفسها التى شاهدها على شاشة التليفزيون.

ـ عرضت الشبكة الأمريكية NBC أيضاً فيلماً عنوانه «ولدت بريئة» وهو يدور حول قصة فتاة من فتيات المدارس الصغيرات عمرها عشر سنوات، تتعرض لاعتداء عنيف عليها، وبعد عرض الفيلم بأربعة أيام، قام أربعة من الصبية بتقليد احداث الفيلم، وكانت الضحية فتاة تماثل بطلة الفيلم في السن.

ـ نشرت إحدى الصحف الألمانية مقالا جاء فيه أن فتاتين لا يتجاوز عمرهما ١٢ عاماً التقتا بصبي غريب عنهما فقتلتاه، وعندما سئلتا عن السبب الذي دفعهما الى ذلك أجابتا بأنهما ترغبان في معرفة ما هو القتل! وتبين للمحقق أنه في الليلة السابقة لارتكاب الجريمة شاهدت الفتاتان على شاشة التليفزيون فيلما فرنسياً بعنوان «فريق اللذة» كان البطل يركل زوجته بقدميه حتى ماتت في المشهد النهائي.. وبعد ذلك اتفقت الفتاتان على ممارسة عملية القتل بنفسيهما.

- في بعض البلاد العربية أوقفت النيابة العامة أحد المسلسلات الإذاعية عندما ارتكب أحد الأشخاص جريمة مطابقة للجريمة الإذاعية تماماً.. كما قام بعض الشباب بمداهمة أحد المقاهي بالقاهرة بالمدافع الرشاشة على غرار ما شاهدوه في فيلم سينمائي .. أيضاً قام بعض الصبية بتقليد أحداث الفيلم العربي «لصوص ولكن ظرفاء» في سرقة بعض المنازل في بعض الدول العربية.

ولا شك أن هذا يعد نتيجة طبيعية للتقليد والمحاكاة.. فعندما يصور التليفزيون شخصيات معينة ويبين مشاعرهم، ويقدم قيمهم بأسلوب درامي، فإن الأطفال يكونون على استعداد لاستيعاب الأفكار والقيم، ففي المسلسلات والأفلام التليفزيونية نلاحظ أن الشرير يحصل على كافة المزايا: الأرض والمنازل والحدائق والأموال والنساء، وكل ذلك نتيجة لاعتداءاته وغلظته[١٧].

هذه بعض النتائج التى تترتب على عرض وتكرار مشاهد العنف والجريمة، وهذا ما دعا الدكتورة عائشة راتب - وزيرة الشئون الاجتماعية المصرية السابقة - الى مناشدة ربات البيوت لمقاطعة برامج التليفزيون، حيث قالت في احتفال لنادي اعضاء هيئة التدريس بجامعة القاهرة إن هذه البرامج تدعو الى السلوك المنحرف[١٨].

- وإذا ما استعرضنا بعض الدراسات التى قام بها العلماء حول هذا الموضوع، نجد الدراسة التى قام بها دكتور وليام بيلسون أستاذ العلوم الاجتماعية البريطاني لمعرفة العلاقة بين مشاهدة الأطفال للعنف في التليفزيون وبين اكتساب سلوكهم صبغة العنف في حياتهم العملية، ومن نتائج هذه الدراسة أن الصغار الذين يشاهدون الكثير من برامج العنف في التليفزيون **يتسم سلوكهم بالعنف بدرجة تزيد مرتين على أولئك الذين لا يشاهدون إلا القليل من هذه البرامج**، ومن نتائج الدراسة أيضاً أن هناك خمسة برامج تليفزيونية تتسبب في انتشار العنف وهي:

«أفلام رعاة البقر، ومباريات الملاكمة والمصارعة، الأفلام والتمثيليات التى تظهر على الشاشة، ممارسة الأشخاص للعنف بعضهم ضد بعض، البرامج التى يظهر فيها الصغار وهم يزاولون العنف، وأخيراً التي تظهر العنف وكأنه سلوك طبيعي»[١٩].

- وعلى الرغم من كل ما سبق، وبالرغم من وجود عدد كبير من العلماء والمتخصصين يتفقون على التأثير الضار الذي تتركه برامج العنف على الأطفال، إلا أننا نجد بعض العلماء يهونون من هذا التأثير، على أساس أن الطفل السوي لا يصيبه هذا التأثير، كما أنه لا يمكن التنبؤ بالآثار السيئة لمضمون برامج العنف وحدها بدون التعرف على طبيعة الأطفال أنفسهم والبيئة المحيطة بهم، حيث يرى بعض علماء النفس أن التليفزيون نفسه لا يخلق مشكلات العدوان والانحراف فقد ثبت لبعض علماء الاتصال أن الأطفال العدوانيين يختارون مشاهدة برامج عدوانية، وهذا يعني أن الطفل يختار ما يدعم اتجاهاته السابقة، أي تأثيرات البيئة والجو المحيط.. أيضاً فقد ذكر بعض الخبراء أن العناصر التليفزيونية المثقلة بالعنف والجريمة، يمكن أن تخدم حاجات الطفل الانفعالية، **وعلى ذلك فإن وسائل الإعلام تمكن الناس من استنفاد دوافعهم وميولهم**

العدوانية خيالياً، وبذلك تهدأ القوى التى تمزق المجتمع[٢٠].

ولا شك أن التركيز على برامج العنف والجريمة يتنافى مع القيم الأخلاقية والفنية والأدبية، ومن واجبنا أن نحمي الطفل العربي من آثارها وأضرارها.

أما فيما يتعلق بتأثير مشاهد الجنس على انحراف الأطفال، فقد ثبت للعلماء أن فنون التقبيل والحب والمغازلة والإثارة الجنسية والتدخين واحتساء الخمر يتعلمها الشباب والأطفال من خلال السينما والتليفزيون.. ومن أخطر ما اكتشفه د. فردريك ورثام Fredric Wertham أن الأطفال يتأثرون بمشاهدة الجنس ويحيون حياة أشبه بأحلام اليقظة ويمارسون العادة السرية ويربطون بين القسوة والعنف والجنس[٢١].. أيضاً فإن البطل في ذهن طفل التليفزيون هو ذلك الذي يمتاز بالفحولة الجنسية، فالمرأة الفاضلة الطاهرة، تدعو الى الملل والرتابة ويضيق بها البطل، أما المرأة اللعوب ذات الماضي فهي جذابة ساحرة، فلابد للمرأة الناجحة أن تتخذ من امرأة التليفزيون أسوة لها، فالبطلة التليفزيونية قد تسكر وتعربد وتدخن، وتتجمل وتتبهرج وتصفف شعرها (على طريقة الكلاب الكانيش!!) وتقلد الغجر والسوقة في مشيتها، **ولا تلبث هذه الصفات أن تصبح فضائل اجتماعية وأخلاقية[٢٢].**

**** شخصية رجل الشرطة والعالم والقاضي قد تتحول في المشاهد التليفزيونية الى شخصيات باهتة.. تدعو للسخرية بها.**

وقد أحصى شارترز W. Charters مجموعة الأفلام التى تعرض على الأطفال عالميا، فوجد أن ٢٩٫٦٪ منها تتناول موضوعات جنسية، وأن ٢٧٫٤٪ منها تعالج الجريمة، كما تدور ١٥٪ منها حول الحب بمعناه الشهواني المكشوف[٢٣].

وفي هذا الجانب ينبغي أن نذكر أنه عند دراسة أثر التليفزيون على انحراف الأطفال من خلال عرض برامج ومشاهد العنف والجريمة والجنس، يجب علينا أن نقوم بتحليل المضمون الإعلامي وأثره على الميول والاتجاهات النفسية، ذلك لأن أية صلة بين وسائل الإعلام والسلوك العلني هي في الواقع محصلة لما يجري بطريقة غير مباشرة في المجالين النفسي والاجتماعي.. ومن هنا تتضح لنا صعوبة أبحاث تأثير الاتصال، لأن العوامل والمتغيرات الكثيرة والمتنوعة لا يمكن التحكم فيها جميعاً، لأنها تتصل بشخصية الفرد الذي يستقبل الرسالة الإعلامية، وبالجماعات التى ينتمي إليها الأفراد، وبظروف أخرى كثيرة يصعب حصرها.. فتأثير التليفزيون **هو ثمرة التفاعل الواقعي بين خصائص التليفزيون وخصائص مشاهديه..** فليس من الإنصاف أن ننظر الى التليفزيون على أنه السبب الوحيد للانحراف، لأن الانحراف سلوك معقد للغاية وينجم عن مؤثرات متشابكة لها جذورها في البيت والأقران والمدرسة والمجتمع والشخصية

الإنسانية، وغيرها من العوامل التى تتشابك لكي تحدث الانحراف[٢٤].

.. وهذا يعني أن التليفزيون أحد العوامل المؤثرة وليس العامل الوحيد، ولكن هذا لا يعني التقليل من خطره أو من تأثيره.. فعندما يتعرض الطفل العربي للتأثير الضار باستمرار **ويرى المجرم بطلا خفيف الظل** - والقانون لا ينتصر إلا في النهاية، ورجل الشرطة موضع تهكم وسخرية، ويرى القاضي إنساناً متردداً ومضحكاً، فإن احتمال عدم التأثر بذلك كله أمر عسير وصعب للغاية.

التأثير السلبي للبرامج والأفلام الخيالية، وإعلانات التليفزيون:

فيما يتعلق بتأثير البرامج والأفلام الخيالية على الأطفال، يتفق باركر ، ولاير ، وشرام على أن **التليفزيون يؤدي الى الانسحاب من الحياة الواقعية الى العزلة** والتفاعل مع شاشة العرض التي يستسلم لها الطفل ويمتص ما تقدمه له، ويتشرب ما تتضمنه من قيم[٢٥].

**** تأثير التليفزيون ناتج عن التفاعل الواقعي**

وتشير بعض الدراسات الى **أن التليفزيون لا يشجع على إقامة علاقات اجتماعية بين الناس**، وإنما على العكس يدعو الطفل الى الانطوائية بعيداً عن الحياة والاستغراق مع الصور التى تعرضها الشاشة في عالم الخيال[٢٦].. ويؤكد علماء النفس وعلماء الإعلام على أن التليفزيون يقوم بمهمة تربوية سلبية جوهرها التخدير، وصرف انتباه الأطفال عن الحقائق الواقعية ودفعهم الى عالم خيالي مريض، ولعله ليس ببعيد أن نذكر شخصية «فرافيرو» الخرافية العجيبة التى كان يقدمها التليفزيون المصري والتى أودت بحياة أحد الأطفال عندما طار من شرفة منزله محاولا تقليد هذا البطل العجيب[٢٧].. ورغم ذلك يرى بعض العلماء **أن البرامج الخيالية قد تساعد على امتصاص وتفريغ الميل للاعتداء عند بعض الأطفال**، كما قد تؤدي الى تخفيف القلق وتهدئته، فمثلا أثناء الحرب العالمية الثانية كانت أفلام الرجل المتفوق Superman، والمرأة العجيبة Bionic Woman مثالا لذلك[٢٨].

أما في مجال الإعلان التليفزيوني وتأثيره على الأطفال، فإننا نجد التليفزيون في غالبية الدول العربية يعرض سلعاً جذابة وأدوات ساحرة، يتعذر على الطفل أن يشتريها، فيشعر بعدم الرضا، ويحس بالإحباط، ويعاني من العقد النفسية، وقد ينتهي به الأمر الى **أن يصاب بمرض السرقة النفسي** (كلبتومانيا)، أو أنه قد يسلك سلوكاً غير سوي للحصول على ما يشتهيه من أشياء جذابة.. وعندما يصاب الطفل العربي بالإحباط يشعر بخيبة الأمل لعجزه عن الحصول على ما يعرضه التليفزيون عليه،

فـإنه يصـاب بالـتـوتر والقلق، **ويؤدي الى الانـحـراف والسلوك غـيـر الاجـتـمـاعي**، والأمـر الملفت للنظر أن مـعظم السلع التي يعلن عنهـا التليـفـزيون هـي سلع مـسـتـوردة لا تـتـفق مـع ثقـافـتنا وظروف البـيـئـة العربية[٢٩]٠٠ أيضاً فإنه عندما يعرض التليفزيون إعـلاناته المتـلاحـقـة عن السلع المخـتلفـة الأنواع والأصناف، وكل إعلان يؤكد أنـه الأفضل، فإن الطفل يتكون لديه مع تكرار هـذه النوعـيـة من الإعـلانات المتضاربة نوع من عدم التصديق لكل ما يقال أمامه، ويرتبط ذلك أيضاً بإمكانية الكذب في القول[٣٠]٠

التأثير السلبي للتليفزيون على دور وعلاقة الأسرة بالطفل:

الأسـرة هي المجـتـمـع الإنسـانـي الأول الذي يمارس فيه الطفل أولى علاقاته الإنسانية، ولذلك فهي المسـئـولة عن اكـسـاب الطفل أنماط السلوك الاجـتـمـاعي، وكـثـيـر من مظاهر التـوافق أو سـوء التـوافق يرجع الى نوع العـلاقـات الإنسـانيـة في الأسـرة، حيث تـتـوافـر الخـبـرات الأولى في حـيـاة الطفل[٣١]٠٠ وتؤدي البيئة العائلية دورا مـهـمـا في توجيه سلوك الطفل ومساعدته على أن ينظم دوافعه الوجدانية، وعلى أن يكتسب العادات الحميدة التى تقـوي الخلق[٣٢]٠٠ ثم تأتي بصـورة أكـبـر عـمليـة التنشـئـة الاجماعيـة وهي العملية التي عن طريقـهـا يسـعى الآبـاء الى احلال عادات ودوافع جـديدة مـحل عادات ودوافع كان الطفل قد كونها بطريقة أولية في المراحل السابقة[٣٣]٠٠ وعملية التنشئة الاجتماعية يدخل فـيـهـا اكـتـسـاب الفرد للمـواقف والاتجـاهـات والقيم وأساليب السلوك والعادات الفردية والمهارات، وهـي أمـور تـنـتقل الى الطفل عن طريق نظم وأوضـا ع وعلاقات ومؤثرات كثيرة ومتنوعة مثل الأسـرة وزملاء اللعب ورفـاق المدرسـة ووسـائل الإعلام[٣٤]٠٠ ونـجـد هنا أن دراسـة (اسلر) تفيد بأن التليفزيون يعد من المصادر الرئيسية لتنشئة أطفال اليوم الذين هم آباء القرن الحادي والعشرين[٣٥]٠٠ كما يشير (البرت باندورا) الى أنـه في ظل ظروف التـغـيـر الاجـتـمـاعي والتكنولوجي السـريـع، لا يصبح للكثير من اهتمامات الآباء والأدوار التى كـانوا يقـومـون بهـا في فـتـرة سابقة، قيمة وظيفية عند الاعضاء الذين ينتمون الى الجـيـل الأصـغـر سنا[٣٦]٠٠ وإذا كـان البـعـض من العلمـاء يميلون الى الاعـتـقـاد بأن الجـمـاعـة الأوليـة ممثلة في الأسـرة تسـتطيع مـوازنة التـأثـيـر السلبي للتليفزيون، بحيث يصبح تأثيره هامشياً، فمن الثابت أن التليـفـزيون يؤثر على الاسرة نفسـهـا، بل إن دور الأسـرة آخـذ في الانحـسـار في ظروف العـمـل العصـرية، حيث خرجت الأمـهـات أيضـاً الى سـاحـة العمل، **وأصبح الأطفـال يستوعبون القيم من خـلال وسائل الإعلام وفي مقدمتها التليفزيون**[٣٧]٠

أيضاً فإننا نجد أنه من آثار التليفزيون المهمة في هذا المجـال، **تأثيـره السلبي على الجـو العـائلي الأسـري في المنزل**، هـذا على الرغم من وجـود التليفزيون وسط الأسرة، وبالرغم من دوره في جمع شمل الأسرة حوله، إلا أنه **قد أسـهم في المقابل في تقليص حجم الأحـاديث التى يتبادلونها حول أمورهم الحيـاتيـة المختلفـة**[٣٨]، والتـقليل من مناقـشـاتهـم وتبـادلهم وجـهـات النظر في الأمـور التـى تتـعـلق بمشاكل الأسرة ومستقبل أبنائها٠

التأثير السلبي للمضمون الأجنبي، واختلال نسق القيم في عقول الأطفال:

يهدد المضمون الأجنبي الذاتية الثقافية للمجتمعات التى يعرض فيها، وقد يكون من العوامل التى تساعد على اهتزاز أنماط القيم السائدة في المجتمع، وتزداد الخطورة حينما يشاهده الأطفال والشباب، حيث ينظرون الى ما يشاهدونه على الشاشة كواقع.. والكثير من وسائل الاتصال في الدول المتقدمة تستغل خصوبة عالم الطفولة واستعداد الأطفال لتقبل الكثير مما يتميز بالإثارة والجاذبية، لذا فهي تمد الأطفال في البلدان النامية بفيض من العناصر الثقافية التي لا يتوافق الكثير منها مع سياق الأطفال، ويراد ببعض هذا الفيض زعزعة ثقة الأطفال في بعض البلدان النامية[٣٩].. وقد تبين من دراسة تحليلية لعينة من المضمون الأجنبي المعروض في التليفزيون المصري أن القيم السلبية تشكل ١٧ر٤٦٪ من مجموع القيم التى عكسها هذا المضمون، حيث يركز **على دور الفرد بصفة أساسية دون النظر الى المجموع**، ويتعصب بشدة للمجتمع الأمريكي، حيث تعكس المسلسلات الأمريكية عظمة الشعب الأمريكي والمزايا التى يتمتع بها، كما تظهر الدول الأخرى في صورة سيئة وتصفهم بالجهل والتأخر[٤٠].. **أيضا يبرز التليفزيون حياة نجوم السينما والرقص في صورة مبهرة، وهكذا يرسخ في ذهن الطفل أن الراقصات والممثلات أهم بكثير من العلماء والمعلمين**[٤١].. ولا شك أن البرامج التى يشاهدها الأطفال في التليفزيونات العربية وتحمل مضموناً أجنبياً، قد يكون لها تأثير سلبي على الأطفال - إذا لم يتم

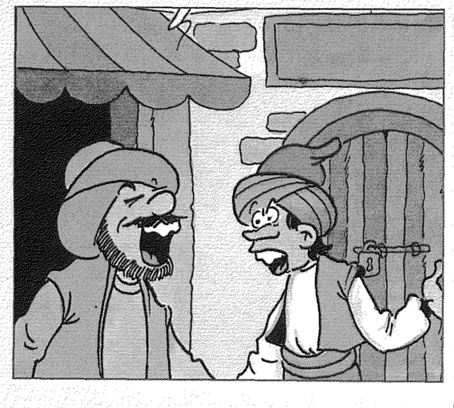
**** التلفزيون يؤدى الى الانسحاب من الحياة الواقعية الى العزلة.**

**** البرامج الخيالية تساعد على توسيع مدارك الطفل.**

**** الاعلانات التجارية لها آثارها السالبة على الأطفال.**

**** التلفزيون اسهم كثيراً في تقليص الدور الاجتماعي والتربوي للاسرة.**

**** المضامين الوافدة تهدد الذاتية الثقافية للمجتمعات.**



تفسيرها - خاصة أن المضمون الأجنبي عادة يحمل قيماً تختلف عن قيمنا، وبيئة غير البيئة العربية التى يعيش فيها الطفل العربي[٤٢]٠

بالإضافة الى ذلك نجد أن هذا المضمون الأجنبي لا يحمل معه ما ينبغي أن ننميه في الطفل العربي، بل يؤدي الى تثبيت قيم ومفاهيم خاطئة، ولا يؤكد على المعلومات والقيم التى لابد من التأكيد عليها للطفل٠٠ أيضاً فإن المضمون الأجنبي يؤثر بشكل غير مباشر على القائم بالاتصال في مجال الأطفال في الدول العربية، وقد يتصور أن هذا المضمون **هو المضمون النموذجي**، خاصة أن الشكل أو الإطار الذي يوضع فيه مثل هذا المضمون إطار مبهر يعتمد بشكل كبير على تقنيات متقدمة تتيح له أن يظهر بهذه الصورة أو هذا الشكل٠

رغم كل ما سبق ذكره من تأثير التليفزيون السلبي على الأطفال، إلا أن ذلك لا يحمل في طياته الدعوة لمقاطعة مشاهدة هذا الجهاز، فهذا فضلا عن عدم امكانية تحقيقه، فإنه يتغاضى عن التأثير الإيجابي الفعال لهذا الجهاز على الأطفال في الدول العربية وذلك إذا أحسن استخدامه، ولكننا قصدنا أن يكون هناك مزيد من الوعي حتى يكون هناك مزيد من العناية بالأطفال في الوطن العربي، يمكن من خلالها تجاوز هذا التأثير السلبي٠٠ ويرى (شرام) عالم الاتصال المعروف أنه كلما كان عند الطفل حصيلة ثابتة من الخبرات الواقعية، وإذا كان على وفاق في علاقاته الشخصية بالناس، فمن المحتمل جداً أن يمر سريعاً وبسهولة بالعناصر المثيرة من برامج التليفزيون[٤٣]٠

ورغم كل ما ذكرناه عن التأثير السلبي للتليفزيون على الأسرة والجو العائلي، فإنه ينبغي أن نذكر أيضاً أن البيئة التى ينشأ فيها الطفل خاصة الأسرة والمدرسة، تستطيع إذا كانت بيئة صحية أن تقلل الى حدّ كبير من تأثير مشاهد العنف والجريمة والجنس والتأثيرات السلبية الأخرى للتليفزيون على الاطفال٠٠ وذلك من خلال شرح الدوافع المختلفة للسلوكيات التى تظهر على الشاشة حتى يتفهمها الأطفال بشكل صحيح، خاصة أن التليفزيون يمارس تأثيره كما ذكرنا مع تكرار عرض هذه المشاهد والصور[٤٤]٠٠ كما **يتفق بعض العلماء في مجال الإعلام على أن التليفزيون ليس هو المؤثر الأساسي على اتجاهات الأطفال وقيمهم في أغلب مجالات**

الحياة، بل إنه عندما يتناول التليفزيون قيماً ونماذج للسلوك لا تتفق مع القيم والنماذج التى ينقلها الآباء الى أبنائهم، فإن ما يحدث غالباً هو أن القيم الأسرية هى التى يكون لها اليد الطولى ، أما قيم التليفزيون - مع الاستقرار العائلي - فإنها غالبا لا تسود، أما بالنسبة للأمور الجارية التى لا يكون للآباء موقف إزاءها، بحيث لا يرشدونهم أو يوضحون لهم وجهة نظرهم، وحيث لا يكون هناك خبرة حقيقية اكتسبها الأطفال، فإن التليفزيون يكون في موقف قوي يستطيع فيه أن يؤثر على المعتقدات والاتجاهات، ومن ثم يكون قادراً على بناء أنماط سلوكية[٤٥].

وفي الوطن العربي يجب على الأسرة بذل المزيد من العناية بأطفالها، خاصة بعد أن خرجت الأم للعمل، وانشغل أفراد الأسرة في أعمالهم، وأصبح الطفل في مواجهة مع ما يقدمه التليفزيون من برامج وأفلام ومشاهد تؤثر سلبيا على عقله ووجدانه..

ب - التأثير الإيجابي للتليفزيون:

يكاد يجمع عدد كبير من العلماء والمتخصصين على أن أهم الآثار الإيجابية للتليفزيون على الطفل بشكل عام تكمن في الآتي:

- تزويد الطفل بالخبرات والمعلومات عن مظاهر الحياة المختلفة.

- غرس وتدعيم القيم الإيجابية التى تقدم لنا رجلا في المستقبل قادراً على المساهمة في بناء وتنمية مجتمعه.

هذان الجانبان يعدان من أهم الجوانب الإيجابية لتأثير التليفزيون على الأطفال، والتى أجمع عليها الخبراء المتخصصون والعلماء، بالإضافة الى عدد آخر من الجوانب ومنها أنه مصدر مهم للتسلية والترفيه عن الطفل، ومنها مساهمته في التعليم المدرسي الرسمي وغير الرسمي إضافة الى أنه ينشر ويدعم السلوكيات والقيم المساندة للنظام الاجتماعي[٤٦].

والتليفزيون يقوم بكل ذلك من خلال تقديم مضمون جيد يتم تخطيطه تخطيطاً علميا سليماً وخاصة فيما يتعلق بالبرامج الموجهة خصيصاً للأطفال، مع مراعاة قواعد التربية وعلم النفس حتى يناسب مضمون هذه البرامج سني العمر المختلفة[٤٧].. أما فيما يتعلق بالمضمون ذاته فإنه يمكننا أن نميز بين ثلاثة أنواع من المضمون يمارس من خلاله التليفزيون تأثيره، وهي برغم تداخلها وامتزاجها إلا أن لكل منها الصفة الغالبة، وهي إما ذات **مضمون ثقافي** ينصرف الى الإمتاع وتشكيل القيم، وإما ذات **مضمون تعليمي** ينصب على التوجيه والتنشئة، وإما ذات **مضمون إعلامي** يحيط بالوقائع والأخبار.. أي أن التليفزيوني يقوم في وقت واحد بثلاث وظائف تتعلق بتثقيف الطفل، وتعليم الطفل، وإعلام الطفل[٤٨].

ونتناول هنا بشيء من التفصيل أهم الآثار الإيجابية للتليفزيون على الطفل بشكل عام والطفل العربي بشكل خاص:

تزويد الطفل بالخبرات والمعلومات :

يلعب التليفزيون دوراً واضحاً في تزويد الطفل بالخبرات والمعلومات - وتختلف مهمة البرامج في هذا

الجانب وفقا للمرحلة العمرية للأطفال، فالبرامج الموجهة للأطفال في سن ما قبل المدرسة تنحصر مهمتها في تقديم المعلومات البسيطة الأولية عن مظاهر الحياة في أسلوب شيق يعمل على إقناع الطفل، وعلى توسيع مداركه العقلية وزيادة محصوله اللغوي.. أما الاطفال في سن المدرسة الابتدائية فتحدد مهمة البرامج تجاههم في تعريفهم بالأحداث المهمة في مجتمعهم وخارجه وتزويدهم بالأفكار السليمة[٤٩].. **وفي دراسة ميدانية أجريت بمصر ذكر الأطفال المشاهدون للتليفزيون أنهم يستفيدون من مشاهدة التليفزيون في زيادة معلوماتهم العامة،** ومن البرامج التى يستفيدون منها: الأفلام ٦٧٪، التمثيليات ٥٣٪، برامج المعلومات ٤٧٪، الأخبار ٤٥٪، كما يفضل مشاهدة برامج الأطفال ٣٤ر٢٪ من الأطفال المشاهدين، وأهم أسباب عدم تفضيل هذه البرامج عند الذين لا يفضلونها افتقارها الى المعلومات العامة.

وفي دراسة ميدانية أخرى للتليفزيون السوداني لقياس رأي الأطفال وذويهم في برامجه بصفة عامة وبرامج الأطفال بصفة خاصة، اتضح أن ٦٨ر٦١٪ من ذوي الأطفال يرون أن برامج التليفزيون مناسبة للأطفال[٥٠].

والنتائج السابقة تعطي مؤشراً مفاده أنه لو تم تخطيط برامج الأطفال تخطيطاً علميا سليماً، فإنه يمكن النفاذ الى عقل ووجدان الطفل ليكون التأثير الإيجابي فعالا.. خاصة أنه يمكن من خلال الدراسات الميدانية معرفة أهم البرامج التي يقبل عليها الأطفال، وبالتالي يمكن التخطيط للوصول الى التأثير الإيجابي على الأطفال وتزويدهم بالمعلومات والخبرات من خلال هذه البرامج.. وكمثال على ذلك أجرى المركز العربي للبحوث للمستمعين والمشاهدين بالتعاون مع التليفزيون العراقي دراسة ميدانية لاستطلاع آراء ذوي الأطفال بخصوص برامج التليفزيون العراقي، واتضح أن أهم المواد التي لاحظ ذوو الأطفال أن أطفالهم يحرصون على مشاهدتها هي[٥١]:

- أفلام الكرتون ١٩ر٦٪.
- البرامج الرياضية ١٧ر٩٪.
- برامج الأطفال ١٧ر٤٪.
- الأفلام العربية ٨ر٨٪.

وما أشد حاجتنا في الوطن العربي لمزيد من هذه الدراسات الميدانية حتى يمكن أن نخطط لبرامج أكثر إيجابية للطفل العربي.

قيم إيجابية في عقول الأطفال:

من الأهمية تعريف الطفل بما هو صحيح وما هو خاطىء، وما هو حسن وما هو سيىء من ألوان السلوك الاجتماعي، وتنمية الاتجاهات المناسبة تجاه كل منها بما يتفق مع قيم المجتمع.. ويمكن لبرامج الأطفال أن تعاون الأسرة في تنشئة الطفل اجتماعيا، وذلك بمساعدة الأطفال على التعرف على المبادىء والقيم والعادات الاجتماعية التى يتميز بها مجتمعهم، وأن

**** الارسال الفضائي ينبغي ان يؤكد على القيم الفاضلة والثوابت، والانتماء.**

**** برامج الأطفال ينقصها التخطيط المنهجي السليم، والموضوعية الجادة.**

يراعى في تقديمها اتباع المواقف الدرامية البسيطة أو القوالب الترفيهية التى يسهل على الطفل استيعابها، ويكون هدفها ترسيخ إحدى هذه القيم في نفسية وعقلية الطفل في سياق غير مباشر مع مراعاة الدقة في كل ما يقدم للطفل بحيث يتفق مع القيم الاجتماعية والأخلاقية المقبولة في الإطار العربي[٥٢].. وفي الدراسة الميدانية التى أجراها التليفزيون السوداني اتضح أن التليفزيون يساهم في غرس القيم الإيجابية بدرجة كبيرة في رأي ٩١ر٤٥٪، والى حدٍّ ما في رأي ٦٣ر٤٤٪ من ذوي الأطفال[٥٣].

بالإضافة الى ما سبق فإن وسائل الإعلام وفي مقدمتها التليفزيون تستخدم في زيادة **الشعور بالانتماء القومي، وبدون ذلك الشعور بالانتماء، ما من دولة تستطيع أن تخترق حاجز التخلف الاقتصادي.. ويمكن أن يساهم التليفزيون في غرس وتنمية وزيادة الشعور بالولاء القومي في الوطن العربي، علاوة على الولاء المحلي،** من خلال إدراك المواطنين مصلحتهم المشتركة وفائدة عملهم متعاونين من أجل تحقيق الأهداف[٥٤].

وقبل أن ننتهي من هذا الجانب نشير الى نتائج دراسة مسحية مهمة لواقع برامج الأطفال في عينة من الدول العربية (الأردن ، سوريا ، السعودية ، قطر ، الكويت ، تونس ، الجزائر)، حيث جاء في نتائج الدراسة أن الأهداف التى تسعى هذه البرامج الى تحقيقها هي[٥٥]:

١ ـ توجيه الأطفال الى الأنماط السلوكية المقبولة اجتماعيا (٠٤ر١٣٪).

٢ ـ تنمية ملكات الطفل العقلية وتنشيط مداركه وتنمية معلوماته (٠٤ر١٣٪).

٣ ـ تسلية الأطفال والترفيه عنهم (٠٤ر١٣٪).

٤ ـ تنمية الروح الوطنية عند الأطفال (٠٤ر١٣٪).

٥ ـ تطوير العالم الذاتي في نفس الطفل مع تأكيد ارتباطه بالعالم من حوله (٨٧ر١٠٪).

٦ ـ تنمية المهارات اليدوية للأطفال (٨٧ر١٠٪).

٧ ـ تدريب الذاكرة وقوة الانتباه عند الأطفال (٨٧ر١٠٪).

٨ ـ إشباع الحاجات النفسية للأطفال (٧ر٨٪).

وهكذا يتضح أنه على الرغم من التأثير السلبي للتليفزيون عن طريق عرض بعض القيم السلبية، والتي لا تتفق والقيم والأخلاقيات والمثل العربية.. إلا أنه **من خلال الاستخدام السليم والتخطيط العلمي لبرامجه يمكن تدارك مثل هذا التأثير،** وعرض القيم الإيجابية التى تتفق والقيم العربية، وتقدم لنا رجل المستقبل القادر على التطوير والإبداع.

وبعد هذا الاستعراض لتأثير التليفزيون ـ السلبي والإيجابي ـ على الطفل بشكل عام، والطفل العربي بشكل خاص.. فإننا نود أن نؤكد ـ ما سبق

ذكره - على دور الأسرة المهم في تفادي وتجنب الأثر السلبي للتليفزيون، بالتوجيه والتفسير للمواقف التى تعرض، والعناية الكاملة والرعاية لجوانب شخصية الطفل المختلفة.

إن كل ما نريده ترجيح كفة التأثير الإيجابي بالتخطيط السليم والدراسات الجادة التى تستهدف خير هذه الأمة متمثلا في أطفالها.

ننتقل هنا الى الجانب الثاني من الدراسة، وهو الجانب الخاص بالنظرة المستقبلية لما يمكن أن تكون عليه البرامج الموجهة الى الأطفال في الوطن العربي، حتى يمكن أن تتحقق الاستفادة الكبرى من هذا الجهاز المهم والمؤثر في حياة الطفل، وحتى يمكن أن نطمئن على مستقبل أفضل تتحقق فيه الآمال والطموحات العربية.

ثانيا: استراتيجية عربية مستقبلية للاستفادة من التليفزيون في مجال الطفولة:

كي نتمكن من تقديم نظرة مستقبلية على قدر من الواقعية، فلابد لها أن تنطلق من أرضية الواقع والنظر إلى الوضع الراهن ومشكلاته، ومحاولة تقويمه، وذلك حتى تكون هذه النظرة المستقبلية على أساس علمي سليم.. وفي البداية هنا نشير الى صعوبة الحصول على بيانات خاصة بالبرامج الموجهة الى الأطفال في تليفزيونات دول الوطن العربي، كما أن الدراسات التى أجريت في هذا الصدد هي دراسات قليلة بل تكاد تكون نادرة.. ولكن يمكن أن نقدم تصنيفاً للوضع الراهن للبرامج الموجهة الى الأطفال في تليفزيونات الوطن العربي بشكل عام، وذلك وفقاً لمصادر إنتاجها[٥٦]:

(١) برامج أجنبية مستوردة: ونسبة كبيرة منها عبارة عن كرتون وصور متحركة، ومصدرها في الغالب الولايات المتحدة الامريكية، واستديوهات والت ديزني بالتحديد، وتنتشر هذه النوعية من البرامج في القطاع الشرقي من الوطن العربي، أما في المغرب العربي فإن البرامج الفرنسية غالبة وسائدة.. كما أن هناك بعض المسلسلات، ينطق جانب منها باللغة العربية - بطريقة الدوبلاج - وقد دخلت اليابان هذا المجال أخيراً من خلال بيروت، وبعض التليفزيونات العربية تعرض أفلاماً طويلة للأطفال، عليها ترجمات فوق الصور، رغم عدم قدرة الأطفال على قراءتها ومتابعتها.

(٢) برامج عربية تنتجها بعض المؤسسات والشركات، وجانب منها تنتجه التليفزيونات العربية وتقوم بتسويقه وتوزيعه - أو إهدائه - بهدف زيادة عدد المشاهدين من الصغار.. ومنها مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك لدول الخليج العربي، والتى أنتجت مسلسلين من برامج (افتح يا سمسم)، كل منهما في ٣٠ حلقة لسن ما قبل المدرسة ولاقى نجاحاً كبيراً، كما أنتجت برنامجاً صحياً، وقامت بتعريب بعض المسلسلات الأجنبية وإن كان لا يمكن أن نضعها في إطار البرامج العربية - وإن نطقت



بهـا، وقـد تكون هذه خطوة تتلوها أعـمـال مـؤلفـة خـصيصـاً للأطفـال العـرب·· وهناك مـحـاولات من جانب بيروت والقـاهرة وعمـان لإنتـاج برامج عربيـة للأطفـال، ولكنـهـا مـحـاولات ذات خطى بطيئـة، ولم تسفر عن إنتاج مؤثر ذي قيمة عالية·

(٣) هناك محاولات خليجية لإنتاج برامج أطفال، تتركز أغلبها في الكويت، وتغلب عليها البيئة المحلية واللهجة الخليجية، ويتسم ديكورها وإخراجها بالثراء الذى يجتـذب الأطفـال، وحين يسـتـخـدمـون اللغـة الفـصـحى نجدها أعلى من مستوى الاطفال، وغالباً ما تعتمد هذه الأعمال على مسرحيات الأطفال، أو المسلسلات المأخوذة عن قصص ألف ليلة وليلة·

(٤) هناك العديد من برامج الأطفال التى ينتجها التليفزيون في كل بلد عربي، وهي تعتمد أساساً على مـقـدم برامج، وراوي حكايات، ومـجـمـوعـة من الأطفال·· وهؤلاء معاً يحاولون تقديم مواد فيها من التعليم الكثير، كما تمتلئ بالنصح والإرشاد، وهي ليست جذابة خاصة إذا مـا قـورنت بما يقـدم من المواد الأجنبية للأطفال·

هذا عن الواقع الراهن للبرامج الموجـهـة للأطفـال في الوطن العـربي بشكل عام، ولكن مـاذا عن المشـاكل التى تواجه هذه البـرامج، ومـاذا عن تقويم هذه البرامج·

فيما يتعلق بالمشاكل التى تواجه برامج الأطفـال في الوطن العـربي، تشيـر أحدث دراسة شاملة في هذا المجال، وهي دراسة ميدانية تم اجراؤها في ١٢ دولة عربية عـام ١٩٨٨، تشيـر الى أن أهم هذه المشـاكل تتركز في الآتي[٥٧]:

١ ـ عـدم توافـر الكتّـاب والمخـرجين والمقـدمين الأكفاء (٧ر١٨٪)·

٢ ـ عـدم تـوافـر الاسـتـديوهات بـالكم والكيف المناسبين (٩ر١٠٪)·

٣ ـ ضآلة ميزانية برامج الأطفـال التليفزيونية (٩ر١٠٪)·

٤ ـ قلة الدورات التـدريبـيـة في برامج الأطفـال التليفزيونية (٩ر١٠٪)·

٥ ـ عدم التـخطيط لبرامج الأطفال التلفزيونية (٨ر٧٪)·

٦ ـ كثرة المضمون الأجنبي (٨ر٧٪)·

٧ ـ عدم إقبال الأطفال على المشاركة في البرامج خاصة أثناء العام الدراسي (٣ر٦٪)·

٨ ـ قلة التصوير الخارجي لبرامج الأطفال (٣ر٦٪).

٩ ـ وجود فروق في المستوى الإنتاجي العربي والأجنبي (٣ر٦٪).

١٠ ـ تكرار بعض الفقرات (٣ر٦٪).

وفيما يتعلق بتقويم هذه البرامج التليفزيونية الموجهة للأطفال، فقد سجلت لجنة التحكيم الخاصة ببرامج الأطفال في مهرجان التليفزيون العربي الثالث الذى عقد في تونس ١٤ ـ ٢٠ ديسمبر ١٩٨٥م، سجلت ملاحظات أساسية وعامة على مجمل الإنتاج التليفزيوني، نذكر منها[٥٨] :

(١) **افتقاد الدراسة والمنهج والتخطيط**، ونقص الرؤية في العمل التليفزيوني العربي الموجه للأطفال.

(٢) إقحام ثقافة الأطفال أو تبسيطها بشكل أوقع الكثير من الأعمال في التجريد والتشتت والبعد عن طبيعة الطفل المتلقي.

(٣) **الخلط بين ما هو تعليمي ووعظي**، وبين النشاط المدرسي والرسمي الموجه للأطفال، مما أظهر هذه الأعمال بمظهر نمطي ينطوي على كثير من الارتباك وقليل من الإبداع.

(٤) غياب الكفاءة في العمل التليفزيوني الموجه للأطفال، مما يتسبب في ضعف المستوى الفني، كتابة وإعداداً وإخراجاً.

(٥) **افتقاد الأعمال الجدية الكافية في النظر الى الأطفال باعتبارهم مشاهدين اساسيين لبرامج التليفزيون.**

(٦) **سوء استغلال المادة التراثية والفولكلورية** بشكل يعرض موروثنا الأصيل لكثير من العبث والتشويه.

**** غياب الكفاءة في العمل التليفزيوني المقدم للاطفال أدى الى سطحيتها.**

ـ عرضنا فيما سبق الواقع الراهن للبرامج الموجهة الى الأطفال في تليفزيونات الوطن العربي مع عرض المشاكل التى تواجه هذه البرامج، والملاحظات الواردة على شكل ومضمون ما تقدمه، والتى تفيد في النظرة المستقبلية لما ينبغي أن تكون عليه البرامج الموجهة للأطفال في الوطن العربي، والتى نبدؤها بتقديم الأسس العامة لإعلام الطفل بشكل عام، والتى يجب أن يضعها القائم بالاتصال والمسؤولون في تليفزيونات الدول العربية في الاعتبار حين التخطيط المستقبلي لإنتاج هذه البرامج، ويمكن إجمال أهم هذه الأسس في الآتي:

١ ـ **أهمية الوضع في الاعتبار أن عملية الإعلام ليست معزولة عن الإطار أو السياق الاجتماعي**، وأن عملية إعلام الطفل تتأثر بمجموعة من العوامل.

أولها: مجموعة العوامل الفردية والنفسية التى تتعلق بشخصية الطفل واستعداداته واحتياجاته وميوله ورغباته.

ثانيها: مجموعة العوامل الاجتماعية كالقيم والعادات والتقاليد والمعايير الاجتماعية التى يعيشها

والجماعات التى ينتمي اليها.. وكل هذا يؤكد على أهمية البحوث الخاصة بجمهور الرسالة أو الوسيلة، أي إننا بحاجة لأن نعرف جمهور الأطفال وخصائصه المختلفة، حتى نصل إليه بشكل وأسلوب أكثر تأثيرا، وحتى يمكن قياس الأثر الذى تتركه الرسالة التى نبثها للطفل، ونعرف نوع هذا التأثير وحجمه، وهل هو في الاتجاه الصحيح الإيجابي أم لا[٥٩].

ضرورة ايجاد مؤسسة عربية لانتاج برامج الاطفال بصورة منهجية. ** ضرورة الاهتمام بالقيم الدينية، وباللغة العربية في برامج الاطفال بخاصة.

أيضا ضرورة الاهتمام ببحوث الأطفال فيما يتعلق بالوسيلة والمضمون، لمعرفة رأيهم فيما يقدم، والتعرف باستمرار على رغباتهم واحتياجاتهم، لا لإرضائها فقط، وإنما لتوجيهها وتطويرها، مع ضرورة أن تواكب هذه البحوث والدراسات عملية تخطيط وتنفيذ جيد.

٢ ـ **أهمية العناية بمضمون الخدمات الإعلامية الموجهة للأطفال**، وتقديمه بشكل يسهل إدراكه ليحقق الغاية التى يقدم من أجلها، مع ضرورة أن تلتزم تلك الخدمات في كل فقراتها بالحفاظ على القيم الروحية والاجتماعية العربية[٦٠].

٣ ـ **ضرورة مواجهة الأطفال بمشاكل عقلية تناسب نموهم العقلي** لأن طرح مشكلات يرى الاطفال أنها تقل عن مستواهم تشكل مدعاة لا ستخفافهم بها، بل إن طرح مشكلات تفوق ذلك المستوى بكثير يقودهم الى مشاعر قد تؤدي الى الإحباط.. كذلك العمل على تدريب الأطفال على الطرق الصحيحة والمنظمة في التفكير، وإشاعة قيم المرونة في تفكيرهم من خلال العمل على تعميق وعي الطفل بأن الأفكار ليست جامدة بل هي عرضة للتغيير[٦١].

٤ ـ **ضرورة الاهتمام باللغة العربية الفصحى** والابتعاد قدر الإمكان عن اللهجات المحلية والعبارات العامية.

٥ ـ احترام مواعيد الإذاعة والعرض، فلا قيمة لإعلام يوجه الى جمهور غائب، ويجب أن تكون هذه المواعيد ثابتة، وفي الفترات التى يفضلها الأطفال.

واستناداً الى كل ما سبق ذكره، وانطلاقاً من الرغبة في صورة مستقبلية متفائلة للبرامج التليفزيونية الموجهة الى الطفل العربي، نقدم تصوراً لما يمكن أن يكون عليه مضمون هذه البرامج، ثم نتبعه بتقديم عدد من التوصيات التى يمكن أن تفيد في عملية التخطيط المستقبلي لإنتاج هذه النوعيات من البرامج.

وفيما يتعلق بالمضمون المقترح للبرامج الموجهة

للطفل العربي، فإنه يشمل تقريباً كافة أنواع المضمون البرامجي الجيد والذي يعطي الطفل جانباً مهما من الثقافة والخبرة تفيده الى حد كبير عقليا ووجدانيا.. ومن أهم نوعيات هذا المضمون المقترح الآتي:[٦٢]

١ ـ برامج قومية: تستهدف التعرف على البيئة والتعامل معها، والخروج الى دائرة أوسع في الانتماء للوطن العربي والإسلامي.

٢ ـ برامج تربوية: تركز فيها على التعامل مع أفراد الأسرة، والمعلمين والزملاء في المدرسة ثم المجتمع.

٣ ـ برامج اجتماعية: تهدف الى إشاعة روح التعاون بين أفراد المجتمع وتناقش دور الفرد والمجتمع وأهمية كل منهما للآخر.

٤ ـ برامج علمية: تشيع روح التفكير العلمي، مع الإفادة من اللعب للتعلم، ويمكن لنوادي العلوم أن تساهم بجهد في هذا اللون من البرامج.

٥ ـ برامج أدبية: لزيادة ثروة الأطفال اللغوية، وتنمية قدراتهم التعبيرية، وترغيبهم في الأدب بمعناه الفني كشعر ونثر، وبالذات الحكايات العربية التراثية والحكايا الشعبية.

٦ ـ برامج إخبارية: تهتم بأن يواكب الطفل أخبار بلادنا وعالمنا، والأطفال ليست لديهم خلفيات سياسية، لذلك يجب تبسيط هذه الأخبار وإعطاء خلفيات عنها.

٧ ـ برامج عن الكتاب: حيث إن التليفزيون منافس خطير للكتاب، لهذا يجب أن يعوض الطفل عن حرمانه من القراءة بتقديم كتب الأطفال في إطار البرامج التليفزيونية.

٨ ـ برامج تاريخية: تركز على تاريخ الوطن العربي، والتاريخ الإسلامي، وأخيراً تاريخ الإنسان على الأرض وحضاراته المتوالية.

وقبل أن ننتهي من هذه الدراسة نقدم مجموعة من التوصيات التى تفيد في عملية التخطيط المستقبلي لإنتاج هذه النوعيات من البرامج الموجهة الى الطفل العربي[٦٣]:

١ ـ **ضرورة الاهتمام بعمليات التخطيط والتقويم والمتابعة لبرامج الأطفال** التليفزيونية في الدول العربية.

٢ ـ **ضرورة إنتاج مسلسلات وبرامج أطفال على مستوى الوطن العربي** وإذاعتها في الأوقات المناسبة للطفل العربي مستخدمة أحدث التقنيات في إنتاج هذه البرامج.

٣ ـ **زيادة الوقت المخصص للمعلومات والقيم** ضمن برامج الأطفال لأهمية المعلومات في البناء الثقافي للطفل.

٤ ـ العمل على إيجاد تنسيق بين التليفزيون وكل من المدرسة والبيت، وربط بعض فقرات البرامج بالمناهج الدراسية على ألا يتعدى المضمون المقدم حدود مناهج الكتب المدرسية.

٥ ـ **الاقتراب من واقع الطفل العربي** بتحديد

معادلة وسط - ثقافية تربوية - في إعداد وإنتاج برامج الأطفال بحيث لا تعتمد على تضخيم الماضي وتهويل المستقبل.

٦ - **العناية أكثر، والاهتمام بشكل أكبر بقواعد اللغة العربية تقديماً وإلقاء** في برامج الأطفال، مع تجنب طول البرامج ومقدماتها.

٧ - في حقبة القمر الصناعي العربي، يجب استخدام لغة مشتركة تذيب المعوقات الناتجة عن استخدام اللهجات المحلية، لذلك فإن استخدام اللغة العربية الفصحى، السهلة والمناسبة للأطفال، يصبح أمراً ضرورياً.. ويقتضي ذلك وضع قاموس يضم الكلمات الفصحى المتداولة بين الأطفال للاستعانة بها حين مخاطبتهم، وذلك أن القمر الصناعي العربي يحقق ميلاد «القرية العربية» الحقيقية من المحيط الى الخليجي، مما يؤدي الى ارتفاع إيقاع الإحساس العربي ومقاومة الدعوات الإقليمية وما ارتبط بها من دعوات استخدام اللهجات العامية.

٨ - أهمية التفكير في إعداد مشروع كبير ضخم للإنتاج المشترك لبرامج الأطفال، مع التركيز على الطابع القومي للشخصية العربية، وذلك للاستفادة القصوى من القمر الصناعي العربي من خلال قناته الجماعية غزيرة الإشعاع.

٩ - ضرورة الاستفادة من التراث العربي وما يتضمنه من روائع أدبية وقصصية، لا سيما أن هذا التراث الأصيل غني بمظاهر البطولة والجوانب السلوكية القويمة، والتي تصلح موضوعاً للكثير من الأعمال الدرامية التليفزيونية الموجهة للأطفال، ويمكن كذلك تبسيط روائع الأدب العربي المعاصر وتقريبها لمفاهيم الأطفال.

١٠ - أهمية أن يتبنى اتحاد إذاعات الدول العربية جهود المنظمات العربية المتخصصة للاهتمام والتعريف بواقع الطفل العربي في الأرض المحتلة والمهجر، ويعمل على دعم الإنتاج العربي المشترك في مجال الفيلم التليفزيوني والمسلسلات الخاصة بالأطفال.

١١ - إقامة مهرجانات سنوية ومسابقات لاختيار أفضل برنامج للأطفال في مستوى الوطن العربي، وأن يشترك في التحكيم جمهور من الأطفال في البلدان العربية.

في نهاية هذه الدراسة ينبغي أن نؤكد على ما سبق وذكرناه، وهو أن التليفزيون كوسيلة اتصال لها أهمية خاصة في حياة الطفل، وباعتبارها وسيلة مهمة ومؤثرة في عقل ووجدان الطفل العربي، ونظراً لما لها من آثار سلبية وإيجابية في هذا الصدد، فإنه ينبغي بذل مزيد من الاهتمام والعناية بالبرامج الموجهة للطفل العربي في تليفزيونات الوطن العربي من أجل تجاوز سلبياته وتدعيم إيجابياته، على أن يكون هذا الاهتمام، وهذه العناية قائمة على أسس علمية سليمة تستهدف في النهاية خير هذه الأمة العربية متمثلا في أبنائها.

الهوامش والمراجع :

(١) عبد الرحمن عيسوي: دراسات في السلوك الإنساني، الاسكندرية: منشأة المعارف، ١٩٨٦، ص ٢٤١.

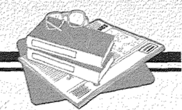
(٢) حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعي، الطبعة الخامسة، القاهرة: عالم الكتب ١٩٨٤، ص ٢٤٩.

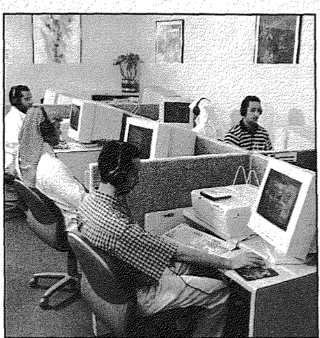
(٣) Williams Martin, "T.V the causual art" New York: Oxford University press, 1982 P33.

(٤) Cole, Barry: "Television Today: A close up view" New York: Ox-

tord University press, 1981 P237.
(٥) يسري عبد المحسن: «الإدمان التلفزيوني وغسيل المخ» في: رحلة مع النفس، سلسلة كتاب اليوم الطبي، عدد ١٥٠٦٣ القاهرة: مؤسسة أخبار اليوم ١٩٨٧، ص ١٠٠.
(٦) عبد الرحمن عيسوي: سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، الاسكندرية: دار الفكر الجامعي ١٩٨٥، ص٢١.
(٧) عبد الله الطرزي: الوضع السكاني للوطن العربي، مجلة شؤون عربية، عدد ٤٩، جامعة الدول العربية: الإدارة العامة لشؤون الإعلام، مارس ١٩٨٧، ص ١٨٧.
(٨) إعلانات التليفزيون: قنبلة بالصوت والصورة، تحقيق صحفي بصحيفة الوفد، القاهرة: العدد الصادر في ٢٩ مايو ١٩٩٢، ص ٠٣
(٩) عبد التواب يوسف: برامج الأطفال التليفزيونية عبر القمر الصناعي العربي، في الندوة الإعلامية العربية الأولى لحقبة القمر الصناعي العربي، المركز الإعلامي للدراسات والبحوث القومية والاستراتيجية، القاهرة في الفترة من ١٥ ـ ١٧ يناير ١٩٨٥، ص ٠٨.
(١٠) لمزيد من الاطلاع في هذا الجانب:
ـ فوزية عبد الله آل علي: «برامج الاطفال في تليفزيون الإمارات العربية المتحدة» رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الاعلام ١٩٨٨.
ـ عاطف عدلي العبد: «دور التليفزيون في إمداد الطفل المصري بالمعلومات من خلال برامج الأطفال: دراسة تحليلية وميدانية»، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام ١٩٨٤.
ـ حسن علي محمد علي: «إعلانات التليفزيون الموجهة عبر القناة الأولى وعلاقاتها باتجاهات الأطفال: دراسة تحليلية وميدانية» رسالة ماجستير، غير منشورة القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة ١٩٨٨م.
(١١) عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص ٨٠ ، ٨٧.
(١٢) جيهان رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٧٨، ص ١٩٨.
(١٣) سلوى محمد العوادلي: «دور وسائل الاتصال في التنشئة السياسية والاجتماعية» رسالة ماجستير، غير منشورة جامعة القاهرة: كلية الاعلام ١٩٩١، ص ١٣٧.
(١٤) فوزية فهيم، التليفزيون فن، سلسلة اقرأ، عدد ٤٦٥، القاهرة: دار المعارف ١٩٨١، ص ١٠٦.
(١٥) التليفزيون فن، ص ١٠٦.
(١٦) لمن يرغب في المزيد، يمكن الرجوع الى:
ـ ابراهيم امام: الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، الطبعة الثانية، القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٨٥، ص ٢٤٥، ٢٤٦.
ـ التليفزيون فن، ص ١٠٤.
(١٧) الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، ص ١٣٢.
(١٨) جريدة الأحرار، العدد الصادر في ١٨ مارس ١٩٨٥، الصفحة الأولى (الصحيفة تصدر عن حزب الأحرار بجمهورية مصر العربية).
(١٩) التليفزيون فن، ص ١٠٤.
(٢٠) الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، ص ١٣٥.
(٢١) الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، ص ٢٣٩.
(٢٢) الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، ص ٢٣٨.
(٢٣) الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، ص ٢٣٦.
(٢٤) الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، ص ١٢٨ ، ١٢٩.
(٢٥) الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، ص ٢٥٣.
(٢٦) مظفر مندوب : التليفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي، العراق: دائرة الشؤون الثقافية والنشر، ١٩٨٣، ص ١٧.
(٢٧) التليفزيون فن، ص ١٠٧ ، ١٠٨.
(٢٨) التليفزيون فن، ص ١٠٧.
(٢٩) الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، ص ٢٤٣.
(٣٠) إعلانات التليفزيون: قنبلة بالصوت والصورة، ص ٣.
(٣١) كافية رمضان: «التنشئة الاسرية وأثرها في تكوين شخصية الطفل العربي»، مجلة «علم النفس»، عدد رقم٤٠٠ القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٧، ص ٩٣.
(٣٢) كلير فهيم: الحب والصحة النفسية لأبنائنا، سلسلة اقرأ، رقم ٤٢٥، القاهرة: دار المعارف ١٩٧٧، ص ١٠٧.
(٣٣) محمد عماد الدين اسماعيل: الأطفال مرآة المجتمع، سلسلة عالم المعرفة، عدد رقم ٩٩، الكويت:

المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ١٩٨٦، ص ٢٧٠.
(٣٤) جامعة الاسكندرية. أبحاث إعادة بناء الإنسان المصري، التقرير الثالث ١٩٧٩، ص ١٣.
(٣٥) R.T Eisler,D.loye: Children and the chosen future, Jounal of clinical child spychology, Vol 9.Summer, 1980, PP 101-106.
(٣٦) الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ص ٦٠٢، ٦٠٤.
(٣٧) الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، ص ٢٣٦.
(٣٨) التليفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي، ص ١٧.
(٣٩) الأطفال مرآة المجتمع، ص ٣٣.
(٤٠) عدلي سيد محمد رضا: «تدفق البرامج من الخارج في تليفزيون جمهورية مصر العربية»، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام ١٩٧٩، ص ٢٠٥.
(٤١) التليفزيون فن، ص ١٠٨.
(٤٢) عبد التواب يوسف، مرجع سابق، ص ٤.
(٤٣) حوليات الإعلام، عدد ٣، العراق: جامعة بغداد،١٩٨٣، ص ٢٥١.
(٤٤) هيلدرت هيلمويت وآخرون: التليفزيون والطفل، ترجمة أحمد سعيد عبد الحليم ومحمود شكري العدوي، القاهرة: مؤسسة سجل العرب ١٩٦٧، ص ٦.
(٤٥) الإعلام الإذاعي والتليفزيوني، ص ١٣٠.
(٤٦) R.T. Eisler. D. Loye. Op. Cit, PP 101-106.
(٤٧) برامج الأطفال في الراديو والتليفزيون، الحلقة الدراسية الخاصة ببرامج الأطفال في الإذاعة والتليفزيون التى أقامها اتحاد الإذاعات العربية، القاهرة: مطابع مؤسسة روز اليوسف ١٩٧٢، ص ١٩.
(٤٨) السيد عليوة: استراتيجية الإعلام العربي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٩٠، ص ٢٧٣.
(٤٩) سامية سليمان رزق: ترشيد برامج الأطفال في الإذاعة المسموعة كأداة لتثقيف الطفل المصري: «دراسة تطبيقية تحليلية»، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الاعلام ١٩٨٤، ص ٩٨.
(٥٠) عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص ١١٠.
(٥١) المرجع السابق نفسه، ص ١١٧.
(٥٢) سامية سليمان رزق، مرجع سابق، ص ٨٤.
(٥٣) عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص ١١٠.
(٥٤) جيهان رشتي: نظم الاتصال: الاعلام في الدول النامية، القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٧٢، ص ١٧٦.
(٥٥) عاطف عدلي العبد: الاعلام المرئي للطفل العربي: دراسة ميدانية وتحليلية (الاردن، سوريا، السعودية، قطر، الكويت، تونس، الجزائر)، القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٨٩.
(٥٦) عبد التواب يوسف، مرجع سابق، ص ٢، ٣.
(٥٧) عاطف عدلي العبد وعبد التواب يوسف: الطفل العربي ووسائل الإعلام وأجهزة الثقافة: دراسة ميدانية ١٩٨٨، القاهرة: المجلس العربي للطفولة والتنمية ١٩٨٨، ص ٣١١.
(٥٨) نتائج برامج الأطفال في مهرجان التليفزيون العربي الثالث، مجلة الإذاعات العربية عدد رقم ٦، تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية ١٩٨٥، ص ٢٢.
(٥٩) محمد عماد زكي: تحضير الطفل العربي للعام ٢٠٠٠، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٩٠، ص ١٢٤.
(٦٠) محمد معوض: «الأسس العامة لإعلام الطفل»، مجلة الفن الإذاعي، عدد رقم ١٠٩، القاهرة: اتحاد الاذاعة والتليفزيون ١٩٨٦، ص ١٩ ـ ٢٢.
(٦١) هادي نعمان الهيتي: ثقافة الأطفال سلسلة عالم المعرفة، عدد رقم ١٢٣، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٨، ص ٩٨.
(٦٢) برامج الأطفال التليفزيونية عبر القمر الصناعي العربي، ص ١٨، ١٩.
(٦٣) استفاد الباحث في هذا الجانب من المراجع التالية:
ـ الإعلام المرئي الموجه للطفل العربي.
ـ نتائج برامج الاطفال في مهرجان التليفزيون العربي الثالث، وبرامج الاطفال وقمر الاتصال العربي.





الإعـــــلام الثقـــافي .. والبـــرامج التليفزيونية

بقلم : د. سهير جاد
- مصـــر -

يقوم التليفزيون كوسيلة من وسائل الاعلام بدور متميز في نشر الثقافة بين الجماهير، مفيداً من خصائصه الفنية فى نقل الصوت والصورة.

ولذلك تحاول هذه الدراسة تحديد ماهية البرامج الثقافية، فى نطاق تحديد المفاهيم في الدراسة، وقد لاحظت من خلال قراءتي في هذا الموضوع شبه اتفاق على صعوبة تحديد ماهية البرامج الثقافية، لأن أى برنامج لا يخلو من محتوى ثقافي، كما أن وصف البرامج بأنها ثقافية أمر لايتفق حوله كل تصنيف، وما يعد برنامجاً ثقافياً في أحد البلاد قد لا يكون كذلك في بلد آخر، بل إن بعض الأجهزة الإعلامية في بعض الدول لا تجد في خريطة برامجها برامج معينة توصف بوصف البرامج الثقافية (تليفزيون الدنمارك، والبرازيل، وفرنسا، والمانيا، وبلجيكا) (١).

ويقتضى البحث العلمي أن تكون البرامج الثقافية في هذا السياق محددة في البرامج الثقافية المتخصصة وبرامج الثقافة العامة.

وهذا التحديد يقتضي بالضرورة التأكيد على أن مفهوم البرامج الثقافية يوحد بين الثقافة كمضمون،

وبين الوعاء البرامجي التليفزيوني، من حيث الشكل والمحتوى، ولذلك تحاول هذه الدراسة التعرف على ماهية البرامج الثقافية من عدة جوانب وذلك من حيث المضمون والمفهوم والهدف والنواحي الفنية .

المضمون الثقافي

إن مفهوم الثقافة بوجه عام، ومفهوم الثقافة في البرامج التليفزيونية بوجه خاص من أكثر المفاهيم تداولا، ولكنه أيضاً من أكثرها غموضا فالتعاريف التي اقترحت في المئة سنة الأخيرة على الأقل بلغت حداً من التنوع يصعب معه الاتفاق على تعريف (٢).

واذا كان كروبير Kroeber و كلوكهون Kluckhohn عالما الانثروبولوجيا الامريكيان قد صنفا قبل ربع قرن ما لايقل عن ١٦٠ تعريفاً للثقافة، فان التعريفات التي تبلورت بعد ذلك تزيد ولا شك في عدد هذه التعاريف المقترحة (٣) .

ولقد قدم هذان العالمان صيغة تأليفية في محاولة لتعريف الثقافة تشتمل على معظم العناصر التي حظيت بموافقة العلماء في الوقت الحاضر : «فالثقافة تتألف من أنماط، مستترة أو ظاهرة للسلوك المكتسب والمنقول عن طريق الرموز، فضلا عن الانجازات المتميزة للجماعات الانسانية، ويتضمن ذلك الاشياء المصنوعة، ويتكون جوهر الثقافة من أفكار تقليدية، وكافة القيم المتصلة بها، أما الانساق الثقافية فتعتبر نتاج السلوك من ناحية، وتمثل الشروط الضرورية له من ناحية أخرى » (٤) .

ولذلك اكتسبت كلمة ثقافة Culture معناها الفكري في اوروبا في النصف الثاني من القرن الثامن عشر. فالكلمة الفرنسية كانت تعني في القرون الوسطي الطقوس الدينية Cultes ولم تعبر عن فلاحة الأرض إلا في القرن السابع عشر . أما فى القرن الثامن عشر فقد عبرت عن التكوين الفكري عموما وعن التقدم الفكري للشخص خاصة وعما يتطلبه ذلك من عمل وما ينتج عنه من تطبيقات(٥) .

وأدى انتقال الكلمة إلى الألمانية في النصف الثاني من القرن العشرين لأول مرة – وقبل رجوعها الي فرنسا – مضموناً جماعياً ، فقد أصبحت تدل خاصة على التقدم الفكري الذي يحصله الشخص او المجموعات الانسانية بصفة عامة، أما الجانب المادي في حياة الاشخاص والمجتمعات فقد افردت له الالمانية كلمة «حضارة» (٦) .

ولقد نبه العقاد الى ضرورة التفرقة بين كلمتي «ثقافة» و «حضارة» في اللغة العربية، حين قال : «إن كلمة الثقافة بمعنى الحذق والدراية والتهذيب قديمة فى اللغة العربية نجدها في كل معجم من معجمات اللغة السلفية والعصرية، مع الشواهد التي تدل عليها من الأحاديث والأمثال والأبيات الشعرية، ومن

معانيها الغالبة «التسوية والتقويم» ولهذا تسمى الاداة التي تقوم الرماح «بالثقاف» وقد وردت في كلام ابن خلدون بمعنى قريب من معناها الشائع في العصر الحاضر، فليست هي من ابتداع الكتّاب المعاصرين، وانما احتاج الكتّاب المعاصرون الي التمييز بين مدلول الحضارة وكلمة الثقافة، بهدف التفرقة بين المظاهر المادية التي تقترن بالحواضر الكبري وعمران الثروة، وبين التربية الخلقية والفكرية التي تتمثل فيما تملكه الأمم من ثمرات التهذيب والتثقيف من محصول ثروتها النفسية، وعند المحدثين من الاخلاقيين والاجتماعيين أن نهضات الأمم تبدأ بالثقافة أو بالعقائد والأمثلة العليا ثم تنتهي إلى العمران المادي الذي يتراءى في الأشياء المحسوسة وينقص نصيبه رويدا رويدا من المعاني الوجدانية حتى يؤول إلى الزوال فلا تقوى الأمة على الاحتفاظ

الثقافة والشخصية والمجموع ، علاقات متميزة

بالعمران ولا بالأمثلة العليا، ولا ترجي لها نهضة أخرى بغير عقيدة متجددة، تبعثها الى الحركة والطموح » (٧) .

ومع انتقال كلمة «ثقافة» إلى انجلترا تصادف ميلاد المفهوم الانثروبولوجي للثقافة، والذي ينظر اليها كمرادف للحضارة، وعلى نحو ما نجد في أول تعريف انثروبولوجي للعالم البريطاني تايلور Tay-lor (١٨٣٢ - ١٩١٧م) في كتابه «الثقافة البدائية» الصادر سنة ١٨٧١م يقول :

« الثقافة بالمعنى الاثنوجرافى الواسع هى ذلك الكل المعقد الذي يتضمن المعرفة ، والعقيدة ، والفن ، والاخلاق ، والقانون ، والعادة ، وكل المقومات الأخرى التى يكتسبها الانسان كعضو فى المجتمع »

ومن هذا التعريف الانثروبولوجي يتضح ان هناك أربع خصائص يتميز بها مفهوم الثقافة (٨) :

١ - الثقافة كمجموعة من المعطيات الفكرية والعاطفية والمادية .

٢ - التشكل كسمة رئيسية في الثقافة والذي يختلف قوة ومرونة حسب الحالات المختلفة .

٣ - التعلم، على أساس أن ماهو ثقافي لايورث بيولوجيا وانما عن طريق الاستيعاب الذي يجعل الثقافة «ارثا اجتماعيا» أو انها «مايتعلمه الفرد ليعيش في مجتمع خاص» وتدخل الثقافة هنا فى التنشئة الاجتماعية .



٤ – المشاركة، وهي خاصية نزعت بها الانثروبولوجيا عن الثقافة الاعتبارات الفردية معتبرة هنا أن المعيار الأساسي للظواهر الثقافية هو اشتراك مجموعة من الناس في الموقف منها .

ولم يحل هذا الحد الأدنى من الاتفاق دون وجود تعاريف كثيرة، فمثلا صنف «كروبير» و «كلوكوهن» التعاريف التي أحصياها فى سبعة أصناف وصفية وتاريخية وسيكولوجية وبنيوية واخيرا تعاريف جزئية أو غير كاملة .

أما «بالانديه» Balandier (٩) فقد ركز تصنيفه حسب محاور ثلاث :

الأول : المحور الذي ينظر الى الثقافة من زاوية التاريخ الثقافي وهو اتجاه راده «بوا» Boas (١٨٥٨ – ١٩٤٢م) وعنى بخصوصية كل ثقافة، وحاول ايجاد صلات تاريخية جغرافية بين الثقافات، وهوالاهتمام الذي اتضح كذلك عند تلميذه هرسكوفيتش Herskovits (١٨٩٥ – ١٩٦٣م) الذي اكد على الاستمرارية التاريخية في الثقافة، وعنى بدراسة عملية التثاقف Acculturation .

أما المحور الثاني : فهو الذي ينظر الي الثقافة من حيث علاقتها بالشخصية وهو اتجاه راده «سابير» Sapir (١٨٨٤ – ١٩٣٩م) وهو اساسا لغوي اكد على العلاقة العضوية بين الظواهر الثقافية والظواهر اللغوية، يقول :«هناك علاقة اساسية بين

نهضات الامم تبدأ بالثقافة والأمثلة العليا

الثقافة والشخصية. فمن جهة لاشك فى أن مختلف انماط الشخصية تؤثر تأثيرا عميقا فى تفكير وعمل المجموعة بأسرها .. ومن جهة .. تترسخ بعض اشكال السلوك الاجتماعي – حتي ولو لم يتلاءم الفرد معها الا نسبيا – في بعض الأنماط المحددة من انماط الشخصية» (١٠) .

والمحور الثالث : هو أوثق هذه الاتجاهات بمفهوم الثقافة في التليفزيون، ووسائل الاعلام، لأنه اتجاه ينظر الى الثقافة بالاستناد على نظريات الاتصال الحديثة منطلقا اساسا من النموذج اللسانى، وفي أعمال ليفى ستراوس Levi Strauss خير تعبير عن هذا الاتجاه، ذلك ان «ستراوس» يرى ان علم اللغة يتميز عن غيره من العلوم الانسانية بأنه هو العلم الوحيد الذى وضعه على قدم المساواة بالعلوم الطبيعية الدقيقة وذلك لثلاثة أسباب .

الثقافة عملية تقويم مستمر للانسان سلوكاً وأداءً

أولا : لانه يدرس موضوعا عالميا، اذ لا يوجد اى مجتمع انسانى بدون لغة.

ثانيا : لأن منهجه متشابه، أى انه يمكن اتباع نفس المنهج فى دراسة أية لغة قديمة كانت او حديثة، بدائية أو متحضرة

ثالثا : لأن هذا المنهج يعتمد على بعض المبادئ الأساسية التى يختلف عليها الباحثون المتخصصون، وان كانت لهم بعد ذلك وجهات نظر متفاوته فى الجوانب الثانوية، ولايوجد علم انسانى أو اجتماعى آخر يضمن توافر هذه الشروط بدقة (١١) .

وهكذا يتضح أن «الثقافة Cultureâ قد وضعت لها تعريفات كثيرة، تعرض الباحثة هنا لعدد قليل منها بهدف تبيين مدى اختلاف وجهات النظر اليها، وتختلف هذه التعريفات فى الفاظها وفى صياغتها، ولكنها تتفق فى النهاية مع التعريف الكلاسيكي البسيط الذى وضعه «تايلور» والذي عرضت له الباحثة، ومنه يتضح أهم خصائص الثقافة ومقوماتها (١٢) :

١ - الخاصية الأولى كما تظهر من هذه التعريفات للثقافة هى تمايزها واستقلالها عن الأفراد الذين يحملونها ويمارسونها فى حياتهم اليومية، والمقصود بذلك ان عناصر الثقافة امور يكتسبها الانسان بالتعليم من المجتمع الذي يعيش فيه، وهنا نجد هذه الخاصية ألصق بمفهوم البرامج الثقافية في التليفزيون، حيث تصبح من الوسائل التي يكتسب الانسان عن طريقها الثقافة، ولذلك اعطى العلماء الذين تعرضوا لمشكلة تعريف الثقافة أهمية كبري لعنصر «التعليم» أو «الاكتساب» وابعدوا عنها بالتالي كل ماهو فطرى او موروث بيولوجيا .. ومثال ذلك ما يذكره العالم البريطاني جراهام والاس Graham Wallas من أن الثقافة هى تراكم الأفكار والقيم والاشياء، أى أنها من التراث الذى يكتسبه الناس من الأجيال السابقة عن طريق التعليم، وعلى ذلك فهى تتميز عن التراث البيولوجي الذي ينتقل الينا آليا عن طريق الجينات أو الموروثات. وهذا الموقف نفسه الذي ينص علي «تراكمية» الثقافة واكتسابها عن طريق التعليم نجده فى الحقيقة عند كل العلماء الآخرين، فعالم الاجتماع المشهور دوريرتي E.V.de Rerty يذهب الى ان

الثقافة هي حصيلة الفكر والمعرفة في المجالين النظرى والعملي على السواء، وعلى هذا الاساس فانها تعتبر خاصة من خواص الانسان دون غيره من الكائنات، وهو قول يردده مالينوفسكى فى كثير من كتاباته (١٣) .

وتؤكد معظم تعريفات الثقافة أنها حصيلة العمل والاختراع والابتكار الاجتماعي او انها حصيلة النشاط البشري .

٢ - والخاصية الثانية من خصائص الثقافة - كما تقدم - هي «الاستمرار» وهي خاصية نابعة بالضرورة من تصور الثقافة على انها «التراث الاجتماعي الذي يرثه اعضاء المجتمع من الاجيال السابق» على حد تعبير «لينتون» (١٤) . وهذ الخاصية من أهم الخصائص التى تتسم بها البرامج الثقافية فى التليفزيون، حيث تقوم بدور الاتصال الثقافي الذي يحقق خاصية «الاستمرار» .

٣ - والخاصية الثالثة التى تتضح من كل هذه التعريفات هي ان الثقافة كلٌ معقد الى أبعد حدود التعقيد، نظرا لاشتمالها على عدد كبير جدا من السمات والملامح والعناصر التى حاولت بعض التعريفات ان تذكر جانبا منها كما هو الحال فى تعريف «تايلور» مثلا . ويرجع ذلك التعقيد الى حد كبير الى تراكم التراث الاجتماعي خلال عصور طويلة من الزمن، وكذلك الى استعارة كثير من السمات الثقافية من خارج المجتمع نفسه . ولقد حاول بعض العلماء أن يردوا ذلك التعقيد الى شئ من البساطة التي تساعد على تحليل الثقافة فميزوا بين نوعين من الثقافة هما : «الثقافة المادية والثقافة اللامادية» (١٥)، والواقع ان الاختلاف بين الانثروبولوجيين الاجتماعيين البنائيين والانثروبولوجيين الثقافيين تزيد كل يوم عمقا واتساعا رغم الجهود الفردية للتقريب بين وجهتى النظر، لدرجة اننا نجد الآن فى امريكا ميلا متزايدا الى الكلام ليس عن الاتجاه او المنهج الثقافي فى دراسة الحياة الاجتماعية كمقابل للاتجاه أو النهج الاجتماعي البنائى، أو حتى الكلام عن الانثروبولوجيا الثقافية كمقابل للانثروبولوجيا الاجتماعية، بل الكلام عن «علم الثقافة Culturologyå كمقابل لعلم الاجتماع والانثرويولوجيا الاجتماعية على السواء(١٦) .

وفى تقدير الباحثة أن هذا العلم الجديد سيكون اوثق ارتباطا بعلوم الاعلام ونظرياته، لكون الاعلام وعلم الثقافة يعنى كلاهما بالدراسة العلمية التفسيرية للظواهر الثقافية، وقد استخدم مصطلح «علم الثقافة Kulturologieå لاول مرة الفيلسوف «فلهلم اوزفالد W.Osfwaldå ابتداء من عام ١٩٠٩م ثم استخدمه بعد ذلك عدد كبير من الدارسين، ويفرق اوزفالد بين علم الثقافة وعلم

النشاط البشري في كل توجهاته نتاج ثقافي

الاجتماع، باعتبار أن الأخير شديد الاتساع، طالما انه يركز على التفاعل الاجتماعي، ومن ثم فهو يشتمل على كافة الظواهر التى تدخل ضمن فئة اجتماعي/ثقافي . ومع ذلك يبدو ان التركيز على التفاعل الاجتماعي، قد استبعد من مجال اهتمامه ببعض الظواهر مثل الفلسفات والفنون، وبعض السمات الثقافية الاخرى مما يجعل القول بأن مصطلحى «الاجتماعي» و «الثقافى» ليسا مترادفين .

وقد حدد «هوايت Whiteå مجال علم الثقافة، في ضوء التعريف الكلاسيكي الشهير الذي قدمه تايلور للثقافة .. فالثقافة من منظور هذا العالم شئ قائم بذاته Sui Generis أى انها تمثل انتظام مجموعة من الاحداث والعناصر الرمزية كاللغة، والعادات، والمعتقدات، والادوات، ويؤكد «لوى Low-ieå ان دراسة الثقافة أصبحت تمثل ميدانا مستقلا، خلال المئة سنة الاخيرة، مما يجعل لها أهمية خاصة(١٧) .

وهذا العلم الجديد – علم الثقافة – يكون أوثق بالاعلام من حيث دراسة الوظيفة الثقافية لوسائل الاعلام، والاتصال الثقافي، وهو الأمر الذى يتضح اكثر عند دراسة «البرامج الثقافية فى التليفزيون» بخاصة، حيث نجد ان مفهوم هذه البرامج الثقافية – من حيث المضمون – يتلخص فى التعريف الكلاسيكي الذى يقول ان المضمون الثقافي للبرامج التليفزيونية يشمل «المعرفة والفن والافكار، التى يكتسبها الانسان المتلقي» بحيث يمكن القول ان مفهوم البرامج الثقافية فى التليفزيون ذو صلة بالمعني الأصلي الاشتقاقي لمرادف «الثقافة» فى اللغات الاوروبية Culture اذ انه يرجع الى -Cul tura اللاتينية بمعني فلاحة الأرض واخصابها نفس معني الثقافة هنا أوثق كذلك بالاصل اللغوي للتثقيف فى اللغة العربية، أى التسوية، أو تعليم الذوق والمهارة على اساس ان تحصل هذه التسوية او هذا التثقيف نتيجة الوعى الحر بتنمية امكانيات الذات .

فالأصل فى المعنيين اللغويين هو العناية بالخصب الفكرى، أو تربية الوعى وتقويمه، تأسيسا على أن لازم الثقافة الضروري ان يتجاوز المواطن بها مجرد العمل الى التفكير فيه، والوعى به، للقيام به عن إرادة، أو اتخاذ موقف حياله، هو فيه مرتبط حتما بالواقع الحاضر وقيمه المختلفة وتراثه، وبمشاركيه فى ذلك الواقع والتراث، نشدانا للتسامي بهذا الواقع وتطويره، على حساب مايتاح له من

قدرة، وعلى حساب مكانته في مجتمعه ووطنه، ومكانة وطنه في العالم الذي يعيش فيه (١٨) .

ويعرف «كلكهون Klukhohnå الثقافة بانها «وسائل الحياة المختلفة التي توصل اليها الانسان عبر التاريخ، السافر منها والمتضمن، العقلي واللاعقلي، التي توجد في وقت معين والتي تكون وسائل ارشاد توجه سلوك الافراد في المجتمع (١٩)

وقبل ان تحاول الباحثة تعريف البرامج الثقافية، وعلاقة التلفزيون بالثقافة، يجدر ان تشير الي المفهوم الشائع للثقافة عند علماء الانثروبولوجيا الاجتماعية، وكذلك في معناها التاريخي المحض، من حيث هي مجرد مظهر واقعي لوعي الأمم او ادراكاتها لملابسات عيشها كما كانت في الماضي، كما اننا لا نقصد الثقافة بهذا المعني الذي يعني بيان نواحي تخلف الأمم ونموها في النواحي الا سطورية والفولكلورية والدينية، وفي عاداتها وتقاليدها، فلا يراد أبدا أن نسلك عند تعريف البرامج الثقافية مسلك علماء الأجناس البشرية، او أن نحصر أنفسنا في مجال دراسات في صميم علم الاجتماع قد تكون جزءا من ثقافة المتخصصين ولكنها لا تندرج قطعا فيما نعنى من الثقافة في مفهومها المقصود في البرامج الثقافية، وهي انها «ظاهرة تفاعل المجتمع مع واقعه تفاعلا حرا يعكس درجة شعوره بالقيم والنظم التي ورثها، ثم موقفه منها فيما يحرص على تحقيقه من قيم جديدة، ونظم ومثل، وصنوف تحريم وتحليل، تختلف حتما باختلاف الشرائح الاجتماعية فضلا عن اختلافها على حسب العصور والأمم (٢٠).

والثقافة القومية والوطنية هي نتاج كل هذه المقومات، وهي «حتما وليدة توتر ذاتي وخارجي بين مجموع افراد الأمة في حاضرها العالمي، وفي مختلف مستوياتها الاجتماعية، توتر ايجابي ينتج عنه تجديد القيم، وهي بذلك ذات ناحيتين، فهي من ناحية مرآة تعكس صنوفا من الواقع في شتى صوره، لانها مجموعة قيم ونظم وادراكات موروثة، وهذه الناحية سلبية في أصلها، ولكنها نقطة البدء، كما أنها أساس الارتباط بمعالم يتوجه بها الوعي، على حين أن الناحية الأخرى ايجابية، وهي التجاوز الدائم للواقع في سبيل التعالي به. وتبدو الثقافة ضرورة من الضرورات بالنسبة للفرد والمجتمع في جانبها الثاني من حيث أن مهمتها نقل الفرد من

الاعلام عملية تثقيفية للمتلقي يعطيه ابجديات التعامل الحضاري

المعرفة والفن والافكار، من بعض عناصر الثقافة

منطقة العمل فحسب الى منطقة التفكير فى العمل حين ممارسته عن وعى حر» (٢١) .

فاذا كان الافراد هم الذين يحملون المميزات الثقافية الأساسية وينقلونها من جيل الى جيل، فليس معنى هذا ان الثقافة هى نتاج شخصية انسانية واحدة «فالفرد الانساني لايستطيع أن يشترك فى جميع عناصر ثقافة المجتمع التى يعيش فيها . اذ انه يسهم فقط فى اجزاء منها تقوم على اساس ما يحمله من مركز اجتماعي سواء كان هذا المركز الاجتماعي لادخل له فيه كالمركز الذى يحتله الفرد بناء على الجنس او اللون او العمر، أم كان هذا المركز بناء على مجهوده الشخصي» (٢٢) .

والثقافة هامه بالنسبة للجماعة التي تعتنقها، فامتلاك المجتمع «لثقافة مشتركة يكسب اعضاء هذا المجتمع شعورا بالوحدة، ويهئ له المعيشة والعمل المشترك دون اعاقة او اضطراب، فالمجتمع الانسانى دون هذه الوسائل الحياتية المشتركة لا وجو له» (٢٣) . وهذه الوحدة الثقافية تخلق حاجات يكتسبها الفرد ثم تمده بوسائل اشباعها، فالاهتمامات الجمالية والاخلاقية والدينية تخلقها الثقافة ثم تهئ للفرد وسائل اشباعها . وبذلك تقدم نمطا معينا للنمو لشخصية الفرد» (٢٤) ، كما ان الثقافة تزود الفرد بعدد كبير من أنواع التكيف المعدة من قبل، كما تمده بمجموعة كاملة من المشكلات التى وجدت الثقافة لها حلولا، وهكذا تمده الثقافة بسلوك مقدر من الخبرات الماضية» (٢٥) .

واذا كانت الثقافة - كما تقدم - هى سلوك مكتسب، فان اعتمادها على وسائل الاعلام يجعل ارتباطها بالبرامج الثقافية فى التليفزيون أمرا هاما، اذ أن هذه البرامج هى التى تقدم لافراد المجتمع هذه الانواع المختلفة من السلوك، حتى يستطيع الفرد ان يندمج فى الجماعة وأن يتكيف معها .

كما ان البرامج الثقافية فى التلفزيون تعد وسيلة من وسائل النقل الثقافي، وهى بذلك وسيلة تتوسل بها الثقافة فى الاستمرار والانتقال، ولذلك، فإن مسئولية التليفزيون فى الوقت الحاضر تصبح مسئولية معقدة نتيجة لتعقيد الثقافة وازديادها تعقدا وتشابكا كبيرين، ولذلك يخصص التليفزيون فى مختلف دول العالم برامج متخصصة فى الثقافة، ليتسنى له ان يتجاوب مع هذا التقدم، وهنا يمكن

القول ان الثقافة والاتصال بالجماهير لا يمكن فصل أحدهما عن الآخر .

ولذلك تولي منظمة اليونسكو الدولية اهتماما كبيرا بدراسة الاعلام، وسيما الاعلام الاذاعي : فقد بدأت تلك المنظمة فى جمع المعلومات حول أجهزة الاستقبال الاذاعي منذ سنة ١٩٥٢، ثم قامت بدراسات عديدة عن اجهزة الارسال سنة ١٩٥٤ وجمعت هذه المعلومات كلها ونشرتها فى الكتاب السنوى الاحصائى للأمم المتحدة سنة ١٩٦٣ .

وتوسعت اليونسكو فى نطاق ابحاثها، فاخذت تهتم بالبرامج الاذاعية بشتى أنواعها ومختلف انساقها، ولعل أول الدراسات البرامجية فى هذا الصدد، تلك الدراسة المقارنة الشهيرة لأسبوع من برامج الراديو وأسبوع من برامج التليفزيون وهى دراسة استجابت لها ٤٣ محطة راديو، ٢٦ محطة تليفزيون، وكانت اليونسكو فى ذلك الوقت ١٩٦٠ تصنف البرامج الى الانواع الآتية : الاخبار والترفيه والتثقيف والبرامج الجماهيرية والبرامج الخاصة(٢٦) .

اما الدراسات البرامجية الحديثة التى اجريت فى هذا العقد من سبعينيات القرن العشرين فتقسم البرامج الي سبعة تصنيفات على النحو التالي (٢٧):

أولا : البرامج الاخبارية كنشرة الاخبار والتعليقات وبرامج المناسبات والبرامج الخاصة والشئون العامة والرياضية .

ثانيا : الاعلانات بنوعيها التجارية والاعلامية .

ثالثا : البرامج التعليمية سواء التعليم الرسمي الخاص بالمدارس أو التعليم غير الرسمي كبرامج الأطفال والشباب وتعليم الكبار .

رابعا : البرامج الترفيهية وتدخل فيها برامج الموسيقي والدراما والفكاهة والمسلسلات والمسابقات والألغاز والفوازير والالعاب المختلفة .

خامسا : البرامج الفنية والأدبية والعلمية، وتشمل الرقص والغناء والموسيقي والمسرح والشعر والنقد والقصص والأدب والعلم .

سادسا : البرامج الموجهة للفئات التى تمثل الأقليات الدينية واللغوية وغيرها .

سابعا : البرامج الخاصة بالجماهير النوعية كالمرأة والطفل والشباب فضلا عن البرامج الدينية وغيرها .

وقد طلبت منظمة اليونسكو من عدد من الدول ان تحدد كل دولة عدد الساعات والدقائق بالنسبة لكل نوع من أنواع البرامج السبعة لمدة اسبوع نمطى، على أن تحدد أيضا مقادير البرامج المستوردة والمنتجة محليا، ولم تطلب اليونسكو أية معلومات أخرى منعا للالتباس، وبالفعل استجابت عدة دول لهذا الطلب الذى تقدمت به المنظمة الدولية فيما عدا الصين والمانيا الشرقية والمانيا الغربية والمكسيك وجنوب افريقيا والولايات المتحدة الامريكية والاتحاد

● لازم الثقافة ان يتجاوز الفرد بها مجرد العمل كأداء ، الى التفكير فيه والوعى به

● الشرائح الاجتماعية المتنوعة تمثل اضافات جديدة فاعلة لحركة الثقافة

● يذهب البعض الى ان الثقافة سلوك مكتسب

السوفيتي، وهكذا اصبحت الدراسة منصبة اساسا على الدول النامية فقط (٢٨) .

واسفرت الدراسة عن معلومات تقدمت بها ١٠٨ دولة بالنسبة للراديو و٧٦ دولة بالنسبة للتليفزيون . وقد اعتمد البحث التقسيم الجغرافي الى قارات وفقا لمصطلحات الأمم المتحدة، وخصصت خمس بطاقات لكل دولة وارسلت البطاقات الى ١٩٣ دولة، غير ان عدد الدول المستجيبة كان اقل من ذلك، وفقا لما سبق بيانه .

وقد تم تسجيل أزمنة البرامج على أساس الساعة وأجزاء عن عشرة منها لكل نوع من الأنواع السبعة، كما جمعت معلومات اخرى عن أنواع الملكية وقسمت الى حكومية واهلية ومشتركة، وكذلك عدد اجهزة الاستقبال «راديو وتليفزيون» لكل الف من السكان، وعدد اجهزة الارسال بالراديو والتليفزيون مقسمة الى محطات اساسية ومحطات فرعية .

ولكى يكسب البحث عمقا مقارنا، ادركت بيانات عن الاستهلاك السنوي لورق الصحف بالكيلو جرام بالنسبة للفرد، وكذلك توزيع الصحف بالنسبة لكل الف من السكان، فضلا عن مساحة الدولة، ونصيب كل فرد من الانتاج القومي، ومستوى التعليم، وكان المصدر الرئيسي لهذه المعلومات جميعا الكتاب الاحصائى لليونسكو .

اما بالنسبة لمساحة الدول وعدد سكانها ومستويات التعليم فيها وتعداد دخلها القومي، فقد اعتمد البحث فى كل ذلك على الكتاب العالمي للمعلومات الذى تصدره وزارة الخارجية الامريكية.

ويبين الجدول التالي دراسة مقارنة بين أنواع البرامج السبع من حيث زمن كل نوع، وكذلك مقارنة بين هذا التوزيع الزمني بالنسبة لكل من الراديو والتليفزيون :



نوع البرنامج	متوسط الزمن	
	الراديو	التليفزيون
ترفيه	ن = ١٠٦ - ١٠٧	ن = ٧٢ - ٧٦
اخبار	٤٠	٣٧
فنون وآداب وعلوم	٢١	٢٧
تعليم	١٨	٨
الجماهير النوعية	١٠	١١
الأقليات	٢	١
الاعلانات	٤	٤

وهكذا نجد أن الترفيه والتسلية بالبرامج الخفيفة تشغل مدة زمنية أطول من أى فئة اخرى، وتأتى الاخبار فى المرتبة الثانية، كما نلاحظ أن التوزيع الزمنى بالنسبة للراديو والتليفزيون متشابه تقريبا، اما برامج الفنون والآداب والعلوم وشئون الاقليات العنصرية وغيرها فهى ترتفع بالنسبة للراديو عنها بالنسبة للتليفزيون ارتفاعا كبيرا، فى حين نجد ان البرامج التعليمية فى التليفزيون تربو على نفس البرامج بالنسبة للراديو.

ومن الملاحظات الجديرة بالانتباه أن نسبة برامج الأخبار فى الدراسة الاولى لليونسكو ١٩٦٠ كانت ١٦٪ من مجموع برامج الراديو، ثم ارتفعت هذه النسبة فى الدراسة الأخيرة من السبعينيات الى ٢١٪ .

ومن المشكلات العويصة التى تجابه الدول النامية مشكلة الغزو الفكري والثقافي عن طريق البرامج المستوردة من الدول الصناعية الكبري وهى مشكلة تثير القلق وتظفر بعناية الباحثين (٢٩) .

ولكن ما الذى يجعل البرنامج الذى يقدمه التليفزيون ثقافيا ؟ ..

يقول البعض : «إن أي برنامج اذاعي يشكل فى حد ذاته تجربة ولهذا فهو تعليمي بالنسبة للمستمع

او المشاهد»، بينما يقول البعض الآخر : «البرنامج يصبح تعليميا فقط حينما تقدمه مؤسسة تعليمية» (٣٠) .

واذا كان هذا هو شأن البرامج التعليمية، فان البرامج الثقافية يمكن ان تكون كذلك فى التليفزيون، حينما :

١ – تضيف الى مايعرفه الجمهور معلومات هامة يمكن استخدامها فى الأغراض الاجتماعية .

٢ – تكسب افراد الجمهور مهارات جديدة .

٣ – توسع نطاق التجربة الثقافية للجمهور وتزيد من قدرته على التذوق والتعبير الفنى .

الهوامش :

(١) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، حلقة التكامل بين اجهزة الثقافة واجهزة التعليم (القاهرة ١٩٧٩) ص ٢٧٩ .

(٢) د. الطاهر لبيب، سوسيولوجيه الثقافة، سلسلة الدراسات الخاصة، رقم ١٣ (القاهرة – معهد البحوث والدراسات العربية، ١٩٧٨) ص ٦ .

(٣) Philippe Beneton : Culture Contribution a 1' histoire d'un mot. these (reneo) ; Paris 1973' P. 6 .

(٤) Culture : A Critical Review of Concepts and Defintions Papers of the Peabody Museum of American Archeology and Ethnology Vol. 47, No. I,1952, P. I87 .

(٥) د. الطاهر لبيب، سوسيولوجية الثقافة، سلسلة الدراسات الخاصة، رقم ١٢ (القاهرة معهد البحوث والدراسات العربية) مرجع سابق ص ٧ .

(٦) Guy Rocher : Introduction a la Sociologie general,TI, Point, Paris, 1968, PP. I04-3 .

(٧) د. عبدالعزيز شرف، طه حسين وزوال المجتمع التقليدي (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب)، ١٩٧٨ ، ص ١٩٤ .

(٨) د. الطاهر لبيب : مرجع سابق، ص ١٤ .

(٩) I-George Balandier : Sociologie, Ethnologie et Ethnographie "Traite de Sociologie" de Gurvitch, ti,P.IL.F.Paris,1962,P.7 .

(١٠) Edward Sapir : Anthroplogie, Minuit, Col. "Points", Paris. I967, P.75 .

(١١) Claude Levi - Sstrauss : An-

thropologie Structurale, Plon, Paris, I958, P.I69 .

(١٢) د. احمد ابو زيد، البناء الاجتماعي، جـ ١، طـ ٨، (القاهرة – الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٢) ص ١٧٩ .

(١٣) S., Koening, Sociology, An Introduction to Science of Society, Branes & Noble, N.Y. I960, PP42-3 .

_ Bronislaw Malinoweski, Une theorie Scientifique de la Culture, Maspero, cot. "Point", Paris, I968, P.38 .

(١٤) Linton, The Culture Background of Personality, N.Y. I945, P.2I .

(١٥) د. احمد ابو زيد : مرجع سابق، ص ١٨٤ .

(١٦) نفس المرجع السابق، ص ١٧٧ .

(١٧) D. Bidney : Theoretical Anthropology : N.Y. Columbia University Press, I953, PP. 96-I06 .

(١٨) د. محمد غنيمي هلال : قضايا معاصرة فى الادب والنقد (القاهرة، دار نهضة مصر) بدون تاريخ ص ١٨ .

(١٩) C.Kluckhohn & W.Kelly, "The Concept of Culture", in R. Linton (ed) : The Science of man in World Crisis (N.Y. Columbia Univ. Press, I945) P.97 .

(٢٠) د. محمد غنيمي هلال : مرجع سابق ، ص ١١٨ .

(٢١) نفس المرجع السابق ، ص ١١٩.

(٢٢) د. محمد لبيب النجيحي : الاسس الاجتماعية للتربية (القاهرة – مكتبة الانجل المصرية ١٩٧١) ، ص ١٩٤ .

(٢٣) نفس المرجع السابق ، ص ١٩٧ .

(٢٤) نفس المرجع السابق ، ص ١٩٨ .

(٢٥) J.L. Gilin. & J.P. Gillin : Cultural Sociology, (N.Y. Macmillan Co, I948) P.I50 .

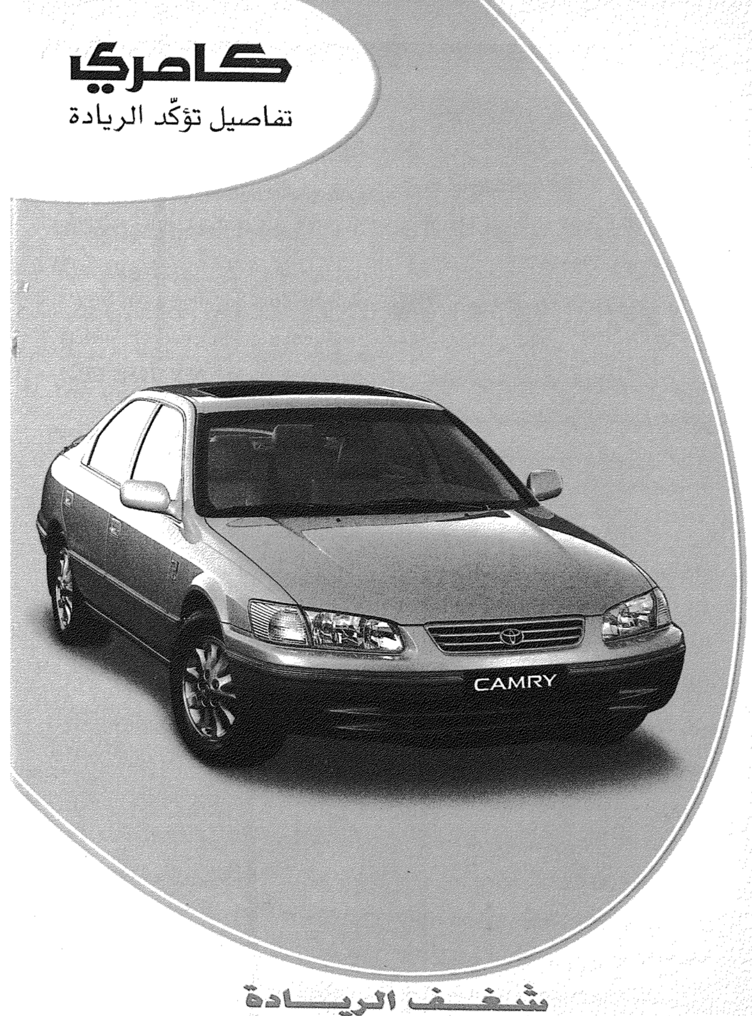
(٢٦) د. ابراهيم امام «الاتجاهات الترفيهية للبرامج الاذاعية والتليفزيونية – مجلة الفن الاذاعي» العدد ٨٥ السنة ٢٣ سبتمبر ١٩٧٩ ، ص ٢٠ .

(٢٧) نفس المرجع السابق ، ص ٢١ .

(٢٨) د. ابراهيم امام المرجع السابق ، ص ٢١ .

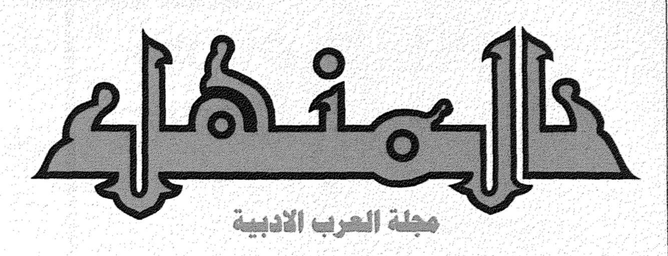
(٢٩) نفس المرجع السابق ، ص ٢٢ .

(٣٠) د. جيهان رشيق : الاسس العلمية لنظريات الاعلام (القاهرة ، دار الفكر العربي، ١٩٧٥) .

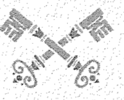


شغف الريادة

مجموعة عبداللطيف جميل تويوتا



مجلة العرب الادبية



تصدر عن دارة المنهل للصحافة والنشر المحدودة

المركز الرئيسي : جدة رمز بريدي ٢١٤٦١ ص.ب ٢٩٢٥ ت : ٦٤٣٢١٢٤ فاكس : ٦٤٢٨٨٥٣





ارامكو السعودية
Saudi Aramco

مسابقة أرامكو السعودية
السنوية الرابعة والعشرون
لرسوم الأطفال



يحين موعد الإعلان عن مسابقة أرامكو السعودية السنوية الرابعة والعشرين لرسوم الأطفال في الوقت الذي نسعد فيه جميعاً، صغاراً وكباراً، بحلول الذكرى العشرين لتولي خادم الحرمين الشريفين، الملك فهد بن عبد العزيز آل سعود، حفظه الله، مقاليد الحكم. ويشرف أرامكو السعودية ويسعدها أن تتيح الفرصة للأطفال في المملكة للتعبير من خلال مواهبهم التشكيلية، عن مشاعرهم وأفكارهم ورؤاهم في هذه المناسبة العزيزة. ولهذا فإن موضوع المسابقة لهذا العام سيكون:

"عهد خادم الحرمين الشريفين: إنجازات وعطاء ووفاء في المملكة وفي شتى أرجاء العالم"

كما يسعد أرامكو السعودية أن تعلن أنها، احتفاء بهذه الذكرى الغالية، قررت زيادة عدد الجوائز المخصصة للفائزين في هذه المسابقة.
والدعوة موجهة إلى جميع الأطفال في المملكة للمشاركة في هذه المسابقة، ضمن الموضوع المطروح، مع دعائنا للجميع بالتوفيق.

زوروا موقعنا على شبكة الإنترنت saudiaramco.com

ملاحظة هامة: يرجى من جميع الأطفال الراغبين في الاشتراك في المسابقة، ومن أولياء أمورهم ومدرسيهم أن يقرأوا شروط المسابقة بعناية، وأن يتبعوها بدقة، حتى لا تستبعد رسوماتهم المخالفة لشروط المسابقة.

شروط المسابقة: ١- يحق لكل طفل لا يقل عمره عن خمس سنوات، ولا يزيد على أربع عشرة سنة، ويقيم في المملكة أن يشارك في المسابقة ٢- يجب على الطفل الالتزام بموضوع المسابقة وهو: عهد العطاء والوفاء ٣- يتقدم كل طفل للمسابقة برسم واحد فقط على ان يكون الرسم من عمله هو دون أي تدخل أو مساعدة من الوالدين أو المدرسين أو غيرهم ٤- يجب أن يكون الرسم عملاً أصلياً غير منسوخ أو مشارك به في مسابقة أخرى ٥- يجب أن يكون العمل المقدم رسماً أو ما يشبه الرسم كأن يتخذ من أوراق القص أو اللصق الملونة، أو قطع القماش، أو مايشبه ذلك. ويمكن للطفل أن يستخدم أي نوع من الالوان أو الأحبار أو ما يراه مناسباً لرسمه ٦- يجب أن يكون الرسم نفسه خالياً تماماً من أي دلالة على اسم الطفل أو مدرسته ٧- يجب أن يكون مقاس الرسم ٢٥سم×٥٠سم وللطفل الحق في الاستفادة من هذه المساحة افقياً وعمودياً ٨- يجب تنفيذ الرسم على الورق المقوى، أو تثبيته على لوح من الورق العادي أو القماش ٩- يجب أن يكون الرسم مرتباً ونظيفاً ١٠- يجب تثبيت القسيمة المرفقة بهذا الاعلان او صورة منها على ظهر الرسم. كما يجب ملء جميع البيانات المطلوبة فيها بدقة ووضوح ١١- عند إرسال الرسمات يجب على مرسليها وضعها في ظروف أو مغلفات متينة تحميها من التلف أثناء نقلها بالبريد ١٢- تصبح جميع الرسمات المشاركة في المسابقة ملكاً لأرامكو السعودية، سواء فازت أم لم تفز، وتبقى هذه الرسمات في حيازة إدارة العلاقات العامة التي تحتفظ بحق استخدام أي منها حسبما تراه مناسباً ١٣- تشكل إدارة العلاقات العامة بأرامكو السعودية لجنة تحكيم من ذوي الخبرة والمعرفة في الفنون لاختيار الفائزين في المسابقة، ويعد قرار هذه اللجنة نهائياً ١٤- آخر موعد لاستلام الرسمات هو يوم ١٤٢٢/١١/٢٨هـ الموافق ٢٠٠٢/٢/١١م ولن يدخل المسابقة أي رسم يصل بعد هذا التاريخ ما لم يتم التأكد من أن سبب التأخير هو البريد وذلك عن طريق ختم البريد الموجود على الظرف ١٥- ترسل جميع الرسمات إلى العنوان التالي:
مسابقة رسوم الاطفال الرابعة والعشرون - أرامكو السعودية
- إدارة العلاقات العامة - ص.ب. ٥٠٠٠ الظهران ٣١٣١١
مبنى الإدارة الشرقي الغرفة رقم ٢١٦٤

مع أمنياتنا للجميع بالتوفيق.

يمكن توجيه الاستفسارات عن المسابقة الى إدارة العلاقات العامة على الهاتف رقم: ٨٧٣٩٣٠٢ - ٨٧٣٩٩٩٤.

يجب ملء هاتين القسيمتين أو صورتيهما وتثبيت إحداهما على ظهر الرسم المشارك به وإرفاق الأخرى منفصلة مع الرسم.

مسابقة أرامكو السعودية الرابعة والعشرون لرسوم الاطفال
اسم الطفل كاملاً: ____
تاريخ الميلاد: ____ الصف الدراسي: ____
عنوان المدرسة: ____
عنوان المدرسة أو العنوان الشخصي كاملا: ____
ص ب: ____ المدينة: ____ الرمز البريدي: ____
الموقع: ____ الشارع: ____
الهاتف: ____ الفاكس: ____
نوع الخامة أو المادة الفنية المستعملة عند التنفيذ: ____
موضوع أو عنوان الرسم المشارك به: ____
التاريخ: ____

مسابقة أرامكو السعودية الرابعة والعشرون لرسوم الاطفال
اسم الطفل كاملاً: ____
تاريخ الميلاد: ____ الصف الدراسي: ____
عنوان المدرسة: ____
عنوان المدرسة أو العنوان الشخصي كاملا: ____
ص ب: ____ المدينة: ____ الرمز البريدي: ____
الموقع: ____ الشارع: ____
الهاتف: ____ الفاكس: ____
نوع الخامة أو المادة الفنية المستعملة عند التنفيذ: ____
موضوع أو عنوان الرسم المشارك به: ____
التاريخ: ____